

# アベノミクス以降における 中小製造業の間接輸出の意義

—— 自動車用補修部品（懸架用コイルばね）を事例として ——

義 永 忠 一

## 1. はじめに

2012 年末に行われた第 46 回衆議院議員総選挙により安倍晋三氏が率いる自由民主党が勝利し、金融緩和を標榜する「アベノミクス」が注目された<sup>1)</sup>。その結果、安倍自民党政権成立前から円安傾向に為替相場が推移した。それまでの日本の産業構造であれば、円安が進むと輸出が促進されると想定された。しかし輸出は期待よりも進展せず、2011 年 3 月 11 日の東日本大震災後に起こった福島原子力発電所事故の影響により、エネルギー政策が転換し火力発電の為に天然ガスや原油などの化石燃料が輸入増となったことから貿易赤字が増大し、経常収支赤字が顕在化することになった。

その後も円安が為替相場が継続しても輸出は期待通りに伸びず、産業構造が変化したと言われる（内閣府、2016、14～15 頁参照）。しかし、TPP協定が妥結・署名され、輸出振興策が図られようとする状況下<sup>2)</sup>、本稿では、輸出

- 
- 1) アベノミクスとは当初、①大胆な金融政策、②機動的な財政政策、③民間投資を喚起する成長戦略、以上 3 つの政策を「3 本の矢」と称した。その後、2015 年 9 月に改定され、①強い経済、②子育て支援、③社会保障、以上 3 つを新 3 本の矢としている。
  - 2) 2016 年現在の日本の政策方針を示す『日本再興戦略 2016 年版』では、KPI（Key Performance Indicator：政策群ごとに達成すべき成果目標）を設定し、2020 年までに意欲ある中堅・中小企業による輸出額を、2010 年の 12.6 兆円の 2 倍を設定している。現時点での達成状況は、13.8 兆円（2013 年度）となっている。『日本再興戦略 2016』本文 210 頁。

キーワード：中小企業、間接輸出、補修部品、懸架装置、コイルばね

中小製造業への実態調査を通して間接輸出の持つ意義について探索的な分析を行うことを目的とする。

以下第2章では、問題の所在をより明らかにした上で、第3章において、輸出中小企業に関する先行研究を整理し、本稿の課題を設定する。第4章では、調査方法を示した上で、事例の詳細を明らかにする。なお、調査方法は、定性的調査（企業に対する聴き取り調査と関連文献資料調査）を採用する。第5章では、調査対象となる自動車用懸架ばねの輸出に関して統計的な整理を行い、間接輸出の明確化を試みる。第6章では第4章及び第5章の調査内容を踏まえつつ、現時点における間接貿易の意義について考察する。最後におわりにとして本稿における議論のまとめを行い、課題を述べる。そして、先行研究に対してインプリケーションを提示する。

## 2. 問題の所在

### 2.1 我が国の経常収支

日本の経常収支が、2013年の第四四半期に統計的に比較可能な1985年以来初めて赤字を記録した<sup>3)</sup>。これは、1979～80年の第2次石油危機以来のことであったことから、公表された2014年3月以降しばらく、数多くの議論がなされた<sup>4)</sup>。経常収支はその後2014年に、現行統計が始まった1985年以降の最小の水準にまで落ち込んだが、原油安などの資源安の影響で貿易収支が改善し黒字を維持している（図1参照<sup>5)</sup>。

### 2.2 国際収支の発展段階説

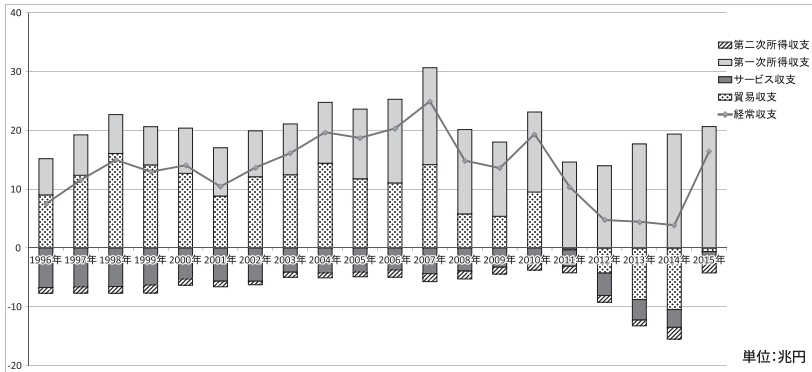
図1から明らかなように、2010年以降における経常収支黒字は、第一次所得収支の寄与が大きい。第一次所得収支は、対外金融債権・債務から生じ

3) 財務省 国際収支総括表：s-1-3 国際収支総括表【四半期】参照。

4) 水野（2014）、「大機小機 経常赤字は悪いのか」『日本経済新聞』2014年3月14日朝刊。「大機小機 国際収支の構造変化」『日本経済新聞』2014年5月21日朝刊等。以下、日付・朝刊・夕刊・電子版の表記の場合は、特に断りがなければ全て『日本経済新聞』。

5) 「経常収支、稼ご頭交代 輸出から海外配当収入へ」2015年2月10日電子版。

図1 経常収支の推移



出所：財務省 国際収支総括表(暦年:1996～2015 年)から筆者作成。

る利子・配当金等の収支状況を示すが、主な項目として直接投資収益（親会社と子会社との間の配当金・利子等の受取・支払）や証券投資収益（株式配当金及び債権利子の受取・支払）がある。所得収支の黒字は、1980年代より徐々に拡大し、2000年代中盤には貿易黒字を上回る水準となった。このことは、世界規模で経済経営活動の相互依存が進んだ状態である経済のグローバル化（浅川，2003，2頁）の進展によって、海外直接投資を行う企業の増加との関連が深い。

国際収支がこれまでの様相を変化させると、Crowtherの国際収支の発展段階説がしばしば取り上げられる（中野，2005；小峰，2013）。図2の中で現段階の日本は、「V 成熟した債権国」の段階にあるといえよう<sup>6)</sup>。

小峰（2013）は、経常収支自体が「それほど重要な経済政策上の目標とは考えられていない」（232頁）と指摘し、「経済の発展段階で国際収支構造が変わるのも、一国全体が、時間の経過に従って、所得と支出のタイミングを

6) 中野（2005）は2005年当時、日本国が「成熟した債権国」へと進んでいくのかということについては、慎重に検討する必要があるとした。2005年はリーマン・ショック前のアメリカ国内のバブル景気により、日本経済が輸出とそれに伴う設備投資により戦後最長の景気拡大期間であったので、このような判断になったと推測される。

図2 国際収支の発展段階説

	I 未成熟な債務国	II 成熟した債務国	III 債務返済国	IV 未成熟な債権国	V 成熟した債権国	VI 債権取崩国
概要	輸出よりも輸入が多いため、貿易・サービス収支が赤字。 資本も海外からの調達に頼ることから、所得収支も赤字。	経済発展に伴い輸出産業が成長し、貿易・サービス収支が黒字化。 所得収支は引き続き赤字。	輸出が更に拡大し、貿易・サービス収支の黒字幅が所得収支の赤字幅を上回る。 経常収支が黒字化。	貿易・サービス収支は黒字が継続。 対外資産の増加に伴い、所得収支も黒字化。 対外債務の返済を控え、対外純資産が積み上がる。	コスト増から自国製品の国際競争力が低下し、貿易・サービス収支が赤字化。 所得収支の黒字幅が大きいため、経常収支は黒字。	貿易・サービス収支の赤字幅が拡大。 所得収支の黒字幅を上回り、経常収支が赤字化。
貿易・サービス収支	赤字 (－)	黒字 (＋)	黒字 (＋＋)	黒字 (＋)	赤字 (－)	赤字 (－)
所得収支	赤字 (－)	赤字 (－)	赤字 (－)	黒字 (＋)	黒字 (＋＋)	黒字 (＋)
経常収支	赤字 (－)	赤字 (－)	黒字 (＋)	黒字 (＋＋)	黒字 (＋)	赤字 (－)
対外純資産残高	マイナス (－)	マイナス (－)	マイナス (－)	プラス (＋)	プラス (＋＋)	プラス (＋)

出所：財務省財務総合政策研究所研究部(2012)2012年11月15日資料。

元資料：Crowther(1957)「Balance and Imbalances of Payments」

『通商白書 2006年版』第3章第4節 237頁。

ずらしているからこそ生じる現象」(232頁)であり、「輸出と輸入が両建てで増えていくことこそが国民福祉を高める」(234頁)とする。

一方、山田(2013)は、経常収支が赤字化することが財政ファイナンスに対して大きく影響していくことに注目し、日本の財政が先進国の中でも突出した債務残高比率を有していることから、経常収支黒字を維持することの重要性を説く(32頁)。そして、「①耐久消費財部門の海外生産のシフトを促して、海外生産・利益還元モデルによりサービス・所得収支を増やす。②資本財・高度部品・素材分野の国内生産・輸出モデルを維持して貿易収支の大幅赤字化を防ぐ。③エネルギー消費抑制・エネルギー効率引上げ・エネルギー単価引下げにより化石燃料輸入を減らし、貿易収支の大幅赤字化を抑える。」という3つの指針の日本型の「製造業主導の投資立国」モデルを提示する(52～53頁)<sup>7)</sup>。

## 2.3 リーマン・ショック後の日本の輸出状況

世界経済の実質成長率は、2011年以降、新興国及び発展途上国を中心に

7) 製造業を重視する見解は、『ものづくり白書 2015年版』29～45頁においても触れられている。

伸び幅が縮小している（『中小企業白書 2016 年版』 21～22 頁）。その中で、倉知・安藤・庄子（2015）によると日本の輸出は、「リーマン・ショック以降、勢いを欠く状態が続いてきた」（1 頁）という。その背景には、①世界的な貿易活動の伸び悩みという世界共通の要因に加え、②情報関連分野における趨勢的な競争力の低下、③日本が比較優位を持つ資本財におけるグローバル需要の弱さ、④自動車を中心とした現地調達の拡大を伴う海外生産の加速、といった日本固有の構造的な要因を含む様々な変化が、複合的に作用しているとする（5 頁）。

2015 年の品目別輸出額を見ると、輸出金額の総額は、75.6 兆円であり、輸送用機器（自動車、自動車の部品、船舶、二輪自動車等：18.1 兆円）、一般機械（原動機、金属加工機、ポンプ・遠心分離機等：14.4 兆円）、電気機器（半導体等電子部品、電気回路等の機器、電気計測機器等：13.3 兆円）、その他（科学光学機器、写真用・映画用材料等：9.8 兆円）、原料別製品（鉄鋼、非鉄金属：9.2 兆円）、化学製品（プラスチック、有機化合物：7.8 兆円）で、96% を製造業が占めている（『財務省貿易統計』対世界主要輸出入品の推移<sup>8)</sup>）。

『中小企業白書 2016 年版』によると、直近の輸出額の増加は、輸出数量が増加した訳ではなく、輸出価格の上昇が影響しており、輸出価格は 2007 年から徐々に高付加価値化が進み、輸出価格の上昇が起きているとする（20 頁）<sup>9)</sup>。しかし以上のような製造業の輸出を主として担うのは、自動車産業や化学など素材産業の大企業が中心であり、大企業はこれまで海外事業展開を図ってきた。本稿の注目する中小製造業の占める割合は決して大きくない<sup>10)</sup>。

8) 食料品の輸出額は 0.6 兆円で大きくない。しかし、2014 年から 2015 年にかけて 24.3% も伸びており、注目されていることは記載すべきであろう。なお、日本の貿易構造から製造業企業の動向について述べた研究として野北(2014)がある。

9) 大木(2014)(2015 a)(2015 b)も同様の指摘を行っている。

10) 丸山(2012)は、「中小企業性製品」の生産と貿易に注目している。「中小企業性製品」の 2001 年から 2010 年までの輸出額は、全品目の輸出額に占める比率の 3.5% 前後で推移していると指摘する(71 頁)。「中小企業性製品」とは、中小企

## 2.4 TPP協定の動向

2015年10月5日米国アトランタにて、TPP協定（Trans-Pacific Partnership：環太平洋パートナーシップ協定）の交渉が妥結し、2016年2月4日ニュージーランドのオークランドにて加盟国により署名がなされた<sup>11)</sup>。本稿執筆時（2016年8月）時点でも、様々な環境変化（アメリカ合衆国大統領選挙動向等<sup>12)</sup>）により、TPP協定参加国、なかでも大きな影響力を有する日米の議会において、TPP協定が承認され発効しえるかどうかは、多分に不確実性を含んでいる<sup>13)</sup>。しかし少なくとも日本が、TPP協定の掲げる新たな経済秩序を受け入れることで、国内の制度や産業構造が変化し、新たな成長を指向する可能性はある（伊藤、2015）<sup>14)</sup>。

---

業による出荷が大きな割合を占めるような製品を指し、中小企業が主たる生産者である業種であるとする（63頁）。「中小企業性製品」という捉え方は、中小企業庁によって示されたものであるが問題があり、丸山（2012）はその問題を修正し扱っている（66頁）。なお、中小企業庁による中小企業性製品を扱う統計「規模別輸出額・輸入額」は、2012（平成24）年12月分をもって廃止されている。

- 11) なお、TPP成立に関して批判的な見解を述べる金子・児玉（2015）や、TPP成立後の影響を考察する日本経済新聞社編（2015）、伊藤（2015）も参照の事。作山（2015）は、TPP交渉参加決定（2013年3月安倍晋三自民党政権時）までの日本政府内におけるプロセスを、政治学の視点（「政府内政治モデル」）から分析した。そこでは、1994年にNAFTAが設立され、それまでのGATTからWTOにつながる多国間の枠組み以外での取り組みが加速した事、そして21世紀に入って日本で起こった政権交代が、TPP交渉参加に影響を与えたとする。
- 12) 「TPP反対強調 トランプ氏 経済政策で演説」2016年8月9日夕刊、「TPP反対を明言 クリントン氏 承認不透明に」2016年8月12日夕刊、「自由貿易に『負の連鎖』も」2016年8月13日朝刊。
- 13) 第24回参議院議員通常選挙後の2016年8月3日に発足した第3次安倍第2次改造内閣の経済閣僚へのインタビューでは、TPP早期承認を目指すとしている（「TPP早期承認に全力 新内閣の経済閣僚に聞く」2016年8月5日朝刊）。アメリカ合衆国の通商代表も同様の考えのようだ（「米、TPP承認厳しく 通商代表は年内決着強調」2016年7月21日朝刊）。
- 14) 伊藤（2015）は、市場の論理が徹底されることとグローバル化の進展とは同義であると認識しているようだ。グローバル化により国内の制度が変化し効率化が進むことで、市場の論理がさらに推進される。岩井（2015）は、市場の論理が徹底される事は同時に、不安定さが増すことを指摘する。2016年までの数年における金融市場（市場の論理が最も徹底した状況）では、20世紀には考えられなかった変化が、数ヶ月ごとに起こっている。例えば、2016年年初からの円高・株安は、1985年に起こったプラザ合意とはほぼ同じ変化であるが、筆者が担当する講義（「中小企業論」）で取り扱うエポックメイキングな出来事（プラザ合意）とは、もはや同列には扱えない。

TPP協定がもたらす主な中小企業へのメリットとして考えられるのは、①工業製品を中心とした関税撤廃や②原産地規制の「完全累積（複数の締結国において付加価値を足し上げる）制度」の導入（生産国が複数国にまたがっていてもTPP参加国内で生産された物品であれば、「メイド・イン・TPP」と見なされ、関税の優遇措置を受けられるため、「居ながらにしての海外展開」が可能）に加えて、③投資・サービスの自由化の3点（柿沼・東田、2016、34頁）が挙げられる。現時点では、中小企業の輸出増加による影響は決して大きくないが、今後輸出を担う中小企業、輸出中小企業に改めて注目する必要がある。

### 3. 先行研究の整理と課題の設定

#### 3.1 輸出中小企業と構造的視点

輸出中小企業という表現は、1953年の『大阪商工会議所調査情報』第7号に出てくる<sup>15)</sup>。明治期における前田正名の『興業意見』を中小企業政策の萌芽と見なす<sup>16)</sup>と輸出中小企業の存在が注目される時期は明治まで遡ることができるが、戦後以降では、ニクソン・ショックとその後の変動為替相場制への移行による為替変動によって影響を受けた輸出産地の対応をまとめた研究として、大阪府立商工経済研究所（1974）や、藤井（1980）が挙げられる<sup>17)</sup>。

近年の中小企業研究に焦点を移そう。2010年以降の日本中小企業学会論

15) 国立国会図書館の書誌情報によると、大阪商工会議所（1953）『大阪商工会議所調査情報』第7号が最初となっている。

16) 江戸幕府末期から明治維新前後日本は、開国・開港により、外国資本による貿易支配に伴って輸入超過、外債累積、完成品輸入と原材料輸出、金貨流出など様々な弊害があった。「商権の回復」をめぐる明治初期から、「直輸出論」と「対等取引論」という2つの視点があった（海野、1967、68～90頁）。特に、前田正名もその立場であった「直輸出論」に関する議論は、現在の貿易振興策を考える上でも有益であるとする。前田正名は、1881年（明治14年）の政変により政策決定の中枢から離れたのち、1884～1885年（明治17～18年）にかけて『興業意見』を編纂する。

17) 戦後直後から、「輸出中小工業」としての調査・研究が多数存在するが、本稿では藤井（1980）を戦後からの調査・研究の総括として捉える。



集に注目すると<sup>18)</sup>、中小企業による海外事業展開、なかでも海外直接投資、および進出先国の経済実態を取りあげる研究がある。

これまで経済のグローバル化というキーワードの元に多数の中小企業研究が行われてきたが、「構造的視点」から整理すると、2010年以降は以下の3つの点で整理できるだろう。第一は、中小企業自身が海外事業展開を図ろうとする行動に注目する研究である（中小企業の行動）。第二は、進出国において中小企業が直面する変化についての研究である（進出後の変化・課題）。そして第三は、グローバル化がもたらす影響として「空洞化」が問題視されたことから、中小企業の海外事業展開が国内構造に与える影響について注目する研究である（国内構造に対する影響）<sup>19)</sup>。

第一の視点である中小企業の行動についての研究では、マーケティングの観点から中小企業の行動（輸出・海外直接投資）を分析した丹下（2012）や、企業間連携に注目し海外直接投資を扱った関（2013）、同じくタイに進出する企業に対してタイ政府が実施した金融支援について述べた竹本（2010）が挙げられる<sup>20)</sup>。

第二の視点である進出後の変化・課題についての研究では、中国・インドにおける日系自動車産業の現地生産に着目し、「深層現調化」と呼ばれるこれまで国内から輸出を行っていた部品が現地調達に切り替わっていく点を示した清（2013）や、中国における自転車産業を取り上げた駒形（2014）、ベトナムに進出する中小企業が直面する課題を扱った前田（2014）がある。

そして第三の視点である国内構造に対する影響についての研究では、海外直接投資が、限定的ではあるが国内における競争力強化の要因となつた

---

18) 2009年までの研究レビューについては、中小企業総合研究機構編（2013）を参照のこと。

19) 伝統的な産業組織論における「構造—行動—成果パラダイム」を参考にしている。なお、「構造的視点」とは、柳川（2001）における「市場構造」であり、垂直的統合・系列に相当する（133頁）。さらに本稿では、産業集積についても「構造的視点」に含む。

20) 中小企業学会論集には含まれないが、山本・名取（2014a）（2014b）は、経営者の意思決定そのものに注目し分析をしている。



浜松（2013）や、国内事業に成長をもたらすメカニズムにまで言及した藤井（2014）、さらに、進出した海外拠点における顧客からの紹介で国内顧客が増加する「ブーメラン効果」に着目し海外直接投資が国内構造に正の影響を与えたとした山藤（2014）がある。

第三の視点における研究は、国内構造への言及を行っているもののやはり焦点は企業の行動が中心になっている。上述の浜松（2013）は、地方都市型産業集積としても注目される長野県諏訪地域を研究対象として取り上げているが、明らかにされる範囲は企業の行動に留まっている。関（2015）は、さらに論考を進め産業集積への影響まで捉えようと試みている。

以上のように2010年以降における中小企業研究において、海外事業展開とは海外直接投資として捉えることが多く、輸出に関する研究は多くない。2008年のリーマン・ショック以降に急激に進んだ円高為替による交易条件の悪化によって、輸出から海外直接投資へと向かわざるを得ない状況があったことも大きな要因であろう。しかし、中小企業研究において渡辺幸男の構造的視点による一連の研究が方向性を示したとも考えられる。

プラザ合意以降、日本における国内完結型生産構造が転換（渡辺，1997）し、東アジア大の分業体制構築へと生産構造の地理的範囲が拡大していく過程において、その変化を追うことが中小企業研究の主要な対象となってきた（渡辺，2011）。最新の渡辺（2016）では、地理的範囲拡大の結果、重要な生産拠点である中国に研究対象を限定しており、もはや中小製造業を研究する地域として、日本は渡辺幸男の焦点に含まれていない。このような認識は、組織論・戦略論における企業の国際化発展段階説<sup>21)</sup>において、日本国内の製造業がもはや、大企業、中小企業共に海外直接投資の段階にあり、主要な研究対象は進出先国の状況となっていることを示すのであろうか。

浅川（2003）によると国際化発展段階説は、第1段階：間接輸出、第2段

21) より正確には、多国籍企業の国際化発展段階説である。多国籍企業の国際化には、国内事業で競争力を培った上で（国内市場で販売量・生産量が共に伸長）、国際化（海外市場開拓）を図り、一連の発展段階をとると考えられてきた（ルート，1984，33頁）。

階：直接輸出（海外での自社販路の開拓，現地販売子会社設立），第3段階：現地生産（部品の現地組立て，生産），第4段階：現地生産（新製品の現地生産），第5段階：地域・グローバル経営となる（52頁）。しかし近年，「ボーン・グローバル企業」と呼ばれる「本国で創業後わずかな間に海外展開を行ったり，最初から海外市場を狙って起業したりする企業」が現れてきており（中川，2015，210～211頁），国際化発展段階説自体が捉え直される時期にあるのかもしれない<sup>22)</sup>。

しかし国内企業は，中小企業も含め輸出に対して意欲を失ったわけではない。アベノミクス以降の円安為替相場を受けてか，日本貿易振興機構海外調査部（2016）によると，今後（3年程度）の輸出方針について，「輸出の拡大をさらに図る」企業が前年（2014年：筆者補足）の66.2%から74.2%と過去5年間で最も高い比率に上昇し，「新たに取り組みたい」企業（10.7%）と合わせると84.9%の企業が輸出拡大に積極的な姿勢を示している。企業規模別では，大企業で81.8%の企業が輸出の拡大を図ると回答し，中小企業でも72.5%に達している。日本貿易振興機構海外調査部（2016）の調査対象企業は，「海外ビジネスに関心が高い日本企業」であることから，日本企業全体の平均より高い数値が出ると推測されるが，輸出拡大を図ろうとする傾向はより強まっている<sup>23)</sup>。

遠原（2012）は国際化発展段階説を，大企業を中心としたモデルであり，中小企業にとって「適切な国際化」（22頁）段階の可能性を指摘する。しかし，海外事業展開を行う中小企業の業績が，海外事業展開を行わない企業よりも良いことから，「海外需要の取り込みは焦眉の課題」（25頁）とする。

22) 長谷川（1998）は「提携」という視点から，国際化のそれぞれの段階を中立的に「海外市場アクセス方法」として捉えており（31-33頁），山本・名取（2014 a・b）では，長らく国内市場で活動していたが，突然国際化を思考・実現させる「ボーン・アゲイン・グローバル企業」に注目している。

23) 吉原（2015）は，本稿で注目するアベノミクス以降の円安を受けて，「輸出から海外生産への戦略シフト」から「輸出から海外生産への戦略シフトの停止ないし速度制限」という国際経営戦略の方向転換を指摘する（4～5頁）。

### 3.2 課題の設定 間接輸出への着目

本稿では国内に立地し、輸出を行う存在について注目する<sup>24)</sup>。国際化発展段階説の「初期段階」である輸出を取り上げた研究では、中小企業による直接輸出に注目した研究として岩佐（2013）がある。中小企業基盤整備機構経営支援情報センター（2013）は、輸出について「直接輸出」と「間接輸出」に区分し、データとして扱える直接輸出に焦点をあて分析している。間接輸出を対象としない理由として、①実態の把握が困難、②既に多くの中小企業によって長期にわたって実施されてきていること、を挙げる。特に②に関して、「ただし親企業の海外進出やグローバル調達の進展により、近年間接輸出向けの部品・半製品や委託加工の発注が急速に減少しつつあり、下請中小企業者等に国際化をはじめとする対応を迫っている」（中小企業基盤整備機構経営支援情報センター、2013、5頁）と指摘する。直接輸出を重視した研究といえよう。『中小企業白書 2016 年版』も直接輸出のみを分析している（168～169 ページ）。

一方、日本政策金融公庫総合研究所（2016）は、直接輸出と間接輸出ともに注目して調査を実施し、輸出を契機として如何に中小企業が変革したかについて整理している。企業の行動に関する研究と言える。

以上のように、間接輸出を掘り下げた研究はまだ少ない<sup>25)</sup>。そこで本稿では、間接輸出に注目する。直接輸出は、企業が自己又は自社名義で通関手続

24) 海外直接投資をせずに国内に留まることについての研究として、森岡（2014）がある。森岡（2014）は、海外展開しない中小製造業の国内立地の条件を、従来型定量分析の補完が期待される手法（テキストマイニング）を採用し分析を行っている。なお、森岡（2014）の示す海外展開には、輸出は含まれていない。森岡（2014）が注目する中小製造業の販売先に、間接輸出を行っているのかまでの言及はない。

25) 日本企業の国際化を理解するうえで基本となる情報を調査している『企業活動基本調査』は「直接輸出」のみしか計上しておらず、これまで日本における企業の輸出の実態を明らかにしようとしてきたほとんどすべての研究は、商社を通じた間接的な輸出について扱ってこなかった（田中、2015、148 頁参照）。なお、卸売業の「直接輸出」を分析したものに、『中小企業白書 2012 年版』（72～73 頁）、中小卸売業を対象とした研究には商工総合研究所（2016）、日本政策金融公庫総合研究所（2014）、中小企業金融公庫総合研究所（2006）がある。

を行う輸出を指し、間接輸出は、輸出相手は分かっており国内の商社や卸売業者、輸出代理店を通じて行う輸出を指す（『中小企業白書 2010 年版』152 頁脚注）<sup>26)</sup>。直接輸出が、独自で輸出を実施するのに対し、間接輸出は、商社などとの相互関係が存在する。個々の中小企業の行動を超えて、商社との企業間関係に注目する点で、本稿は「国内構造に対する影響」に関する研究として位置付けている。

政策として輸出中小企業を今後増加させる上でも、間接輸出を行う企業の事例を深掘りすることで間接輸出の持つ意義を明らかにすることは有意義であろう。具体的な課題としては、

- 1) 間接輸出実施企業事例の把握
- 2) 間接輸出の統計的把握
- 3) 間接輸出成立について、事例に基づく論理的説明（構造的視点）
- 4) 間接輸出の意義の明確化

4 点について、以下で明らかにしていく。

## 4. 事例研究 間接輸出・直接輸出を実施している企業の実態

### 4.1 方法論

2014 年 5 月 28 日(水)～30 日(金)にインテックス大阪（大阪市住之江区）で開催された中小企業総合展 in Kansai に、筆者は指導学生とともに参加した。そこで、近年輸出を伸ばしている企業の情報を得て調査を開始した<sup>27)</sup>。調査方法は、聴き取り調査を採用し、調査時間は、2014 年 8 月 5 日(火)におよそ 3 時間（工場見学を含む）、それからほぼ 1 年後の 2015 年 9 月 8 日(火)におよそ 1 時間半の合計 4 時間半である。聴き取り方法は、半構造化インタビュー形式を採用した。調査が 2 度に渡ったのは、以下でも触れるが、

26) 吉原（2015）では、デジタルカメラに組み込まれた電子部品をも間接輸出として捉えることもある（69 頁参照：傍点筆者）とする。中小企業基盤整備機構経営支援情報センター（2013）が想定する間接輸出も同様と想定されるが、本稿ではこの見方を可能な限り排除したい。

27) 2014 年 8 月 5 日フィールド・ノーツ。当時 3 年生であった中西喜仁君が得た情報である。

その間に海外における経済環境変化が起こったこと、そして関連情報の収集を行った上で、確認を行うことを意図したものである。

## 4.2 事例の提示

### 大阪バネ工業株式会社の概要<sup>28)</sup>

創業 1933（昭和8）年3月5日

設立 1953（昭和28）年10月1日

資本金 3,200万円

従業員 50名（アルバイト3名）1シフト

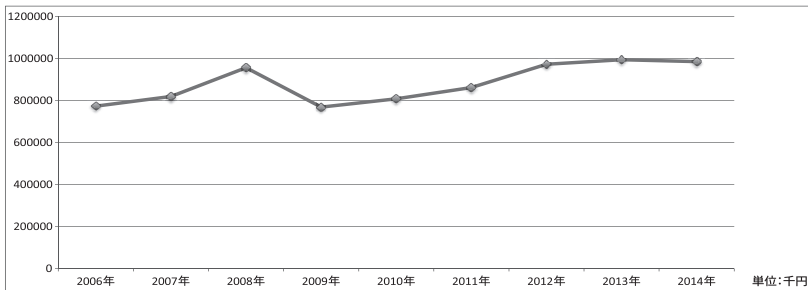
取扱品目

自動車用コイルばね

建設機械・輸送用機械・バルブ・その他

精密機械小物ばね・産業機械用ばね・F.Cライナー

図3 大阪バネ工業の近年の売上高の推移



出所：『eol 日本の企業 100 万社データベース』及び『2016 帝国データバンク会社年鑑第 96 版』より筆者作成。

大阪バネ工業株式会社（以下、大阪バネ工業）の販売割合は、主として自動車用コイルばねであり、輸出（50%）、国内（25%）となっている。それ以外は産業用（25%）となっている。

28) 2014 年 8 月 5 日フィールド・ノーツ

### 大阪バネ工業の製造品：「優良部品」

大阪バネ工業が製造する自動車用コイルばねは、図4左側のような形状をしており、図4右側のように他の部品（ショックアブソーバー等）と共に一組となって、販売される場合もある。

図4 大阪バネ工業の製造品および販売品



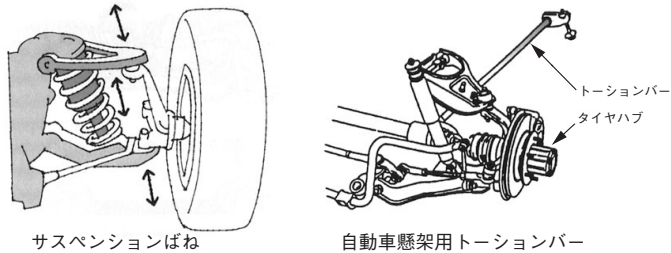
出所：大阪バネ工業Webページ

大阪バネ工業が製造する自動車用コイルばねは、懸架用コイルばねと呼ばれる。懸架装置とは、サスペンションシステムを指す。「タイヤの上下動や操舵に伴う姿勢を定め、かつ荷重を分散して路面からの衝撃、振動を弾力的に吸収して車体と積み荷を安定的に懸架し、乗員を安全快適に保護するとともに、クルマの走行安定性、操縦性を確保する重要な役割を担う。懸架装置の構成要素は、ばねとリング機構からなる懸架ばね、振動減衰、および姿勢制御などの補助装置に大別」（飯田一編，2003，344頁）<sup>29)</sup>される。簡単に言えば、「自動車が、タイヤから伝わる路面の凸凹による衝撃を緩衝する装置のことを示す」（蒲，2008，123頁）。コイルばねは、路面からの衝撃や振動を緩和し、生じた振動を減衰させる働きを担うものがショックアブソーバーと呼ばれる。

自動車の性能において非常に重要な部品である懸架用コイルばねであるが、供給ルートとして2種類存在する。自動車メーカーの組立工場において

29) 懸架方式についての説明は、省略した。

図5 サスペンションシステム



注) 懸架用ばねには、コイルばねと重ね板ばねが最もよく使われるが、トーションバー(図右側)や空気ばねも用いられる。

出所：蒲(2008)123～124 頁

新車に組み付けられる「組付部品」と、自動車ユーザーが購入後に行う車検や整備、修理、機能向上などに使用する「補修部品」に区分される。さらに補修部品には、自動車メーカーのブランドで供給される「純正部品」と、部品メーカーが独自ブランドで供給する「優良部品」がある。純正部品は基本的に自動車組立工場における組付部品と同じであり、組付部品を求める整備市場のニーズに対応したものである（経済産業省製造産業局自動車課，2014，8頁）。

大阪バネ工業が製造・販売する製品は、特に機能向上に対する需要（チューニング・チューンアップ・ドレスアップ）に基づく「補修部品」であり<sup>30)</sup>、かつ「優良部品」に位置付けられる。

大阪バネ工業が製造・販売する自動車用コイルばね製品には、4つのカテゴリーが設定されている。大阪バネ工業が純正部品サンプルからデータを収集し、ほぼ純正部品と同じ強度を有する「N：ノーマル」、そこから強度を5% 上乗せした「SD：ストロングデューティ（+5%）」、さらに強度を上乗せした「HD：ヘヴィデューティ（+15%）」「SHD：スーパーヘヴィデュー

30) 大阪バネ工業が製造・販売する製品は、自動車の走行性能を自分好みのクルマに仕立てるために、コイルばねとショックアブソーバーを調整したり（チューニング・チューンアップ）、コイルばねだけを交換し車高を上下させることで自動車ユーザーの好みの車に近づけたり（ドレスアップ）する目的で使用される（自動車用品小売業協会Webページ「マメ知識」参照）。その他、「カスタム」との表現も使用される。



ティ（+25%）」である。このような基準は、公差（許容範囲）によって分けている。大阪バネ工業は、製品を細かく分け過ぎると「売りにくい」。製造するコスト面でも、また顧客が買いやすくするためにも「集約」させている。また、ただバネが強ければ良いのではなく、アブソーバーとのバランスが重要で、大阪バネ工業にはこれまでの製品開発におけるデータが存在し、開発を継続している（2014年8月5日フィールド・ノーツ）。

### 創業からの輸出を行うまでの経緯

大阪バネ工業は、1933（昭和8）年3月大阪市福島区において、「ナニワスプリング製作所」という名称で創業し、1941（昭和16）年5月に業務拡張のために現在地である東大阪市高井田に移転した。1953（昭和28）年に、「大阪バネ工業株式会社」となった（塩野，2012，167頁）。当初、板ばね製造を行っていたが、コイル・スプリング製造に1970（昭和45）年に転換した（塩野，2012，171頁）<sup>31)</sup>。

その後大阪バネ工業は、アフターマーケット向けチューニング用パーツのバネを製造するようになったが、アフターマーケット向けチューニング用パーツの売上がピークの1/4までに減少した。新たな事業分野を模索するうちに、現在に続く輸出を、2003～2004年頃に開始する。本格的に輸出を行うようになって12～13年という（2014年8月5日フィールド・ノーツ）。

### 輸出先国の状況<sup>32)</sup>

大阪バネ工業の輸出は、日本の自動車メーカーの特定車種（オフロード用

31) 「ばねの歴史」 編纂ワーキンググループ（2012）によると、1960年代までの自動車用懸架ばねは、多くの車種で重ね板ばねが使用されていたが、1970年から1980年にかけて乗用車の懸架ばねは、すべてコイルばねが使用されるようになったという。重ね板ばねに対してコイルばねの重量が軽量であったこともあるが、乗り心地や走行安定性の点で有利なシャシ設計（四輪独立懸架）が定着したことも要因に挙げられる（224～225頁）。大阪バネ工業が板ばね製造からコイルばね製造へと転換した背景までは、調査できていない。

32) 2014年8月5日フィールド・ノーツから作成。他の参照・引用は、都度示す。

四輪駆動車) 向けの懸架用コイルばねが主要製品である。輸出実績国として、アフリカ、東南アジア(インドネシア、マレーシア、フィリピン)、中東(イラン、エジプト、サウジアラビア、UAE)、北米・中南米(エクアドル)、東欧(ポーランド、ロシア)、南アジア(スリランカ、バングラデシュ)、フランスが挙げられる。輸出実績順で、並べると以下ようになる。

- 1) ロシア
- 2) サウジアラビア
- 3) ケニア
- 4) ミャンマー、ベトナム(同程度)

ロシアが、現時点での主要輸出相手国である。ロシアには、多数の日本の中古車が輸出されている。ロシアの冬、特にシベリアでは外気温がマイナス40～45℃にもなり日本の自然環境とは大きく異なる。さらにロシアの道路事情は、日本のように大部分が舗装された状況とは異なり悪路が多い。日本向けに開発された自動車が、中古車としてロシアに輸入された場合、コイルばねの交換需要をもたらした。

ロシアでは、従来バネを交換する習慣が無かった。現在では、販売を優先するよりも、先にセミナーを開催して、需要喚起を心がけている。急激な円高期でも、ロシアビジネスは拡大した。その事由は、ロシア市場の拡大とロシアにおけるインフレの影響が大きい。インフレによって、円高による価格上昇分を吸収出来たからだ。

サウジアラビア、ケニアも、外気温などの条件は異なるが日本市場と環境が大きく異なる点でロシアと同様であり、特にケニアを始めとするアフリカにおける使用条件は、日本の想定以上の積載量など日本市場における使用条件と大きく乖離している<sup>33)</sup>。

ケニアは、日本と同じ右ハンドル仕様となっており、そもそも日本車への

---

33) ケニア仕様やタンザニア仕様は、100%の割合でHD仕様を出荷する。アフリカ市場では、搭乗者数が明らかに多く、積載物量も多い(2015年9月8日フィールド・ノーツ)。

需要は高い（『日経ビジネス 2013 年 5 月 27 日』45～46 頁）。大阪バネ工業が進出するまでは、オーストラリアのスプリングメーカーが部品市場を占有していた。6～7 年前（2007～2008 年）より商社を通じて、オーストラリアのスプリングメーカーよりも 20～30% 安い価格で、さらに日本製というブランド力により大阪バネ工業の製品はシェアを伸ばしている。

#### 大阪バネ工業における間接輸出の状況<sup>34)</sup>

大阪バネ工業の輸出は、主として商社を介した間接輸出であり、商社へ販売し、その商社が海外市場へ輸出を行っている。アベノミクス以降の円安期では、主要輸出先国であるロシアルーブル安が大きく、円安の効果を実感できていない。アベノミクス以前の円高期には、商社から大阪バネ工業へのリクエストがあり、為替ヘッジが行われていた。中南米向けでは 5～7% 値引きが行われていた。アベノミクス以降の円安によって、値引きは解消された。

商社が大阪バネ工業のカatalogを数多く配布した結果、あるイギリスの地方業者から依頼があり、大阪バネ工業に仕事の発注がきた。それまでイギリスでは、日本製部品の市場開拓は行われていなかったが、大阪バネ工業がこれまで日本国内で培ったチューンアップの技術が求められることになった。

その内容は、ホイールの外径を大きくするために、ノーマルダンパー（ショックアブソーバーと同義：筆者注）の設定でコイルばねだけで車高を上げるという仕様であった。1 ロットあたりの受注数は 600～700 本であり、日本国内における受注数よりも少ない。よって、価格は高めに設定しているが、最近 2～3 年は、需要が拡大している。商社が持つ機能が、大きく影響したと捉えることができよう<sup>35)</sup>。

34) 2015 年 9 月 8 日フィールド・ノート

35) 山本（2012）は、「海外企業や海外市場の動向に関する、『正確な情報』を中小部品企業に提供することが専門商社の大きな役割である」と専門商社の経営者の言葉を記している（76 頁注）。

### 大阪バネ工業の独自ブランドと直接輸出<sup>36)</sup>

大阪バネ工業は、独自ブランドである「OBK」ブランドを有する。そして、自社ブランド以外にも20ブランド（20社ではない）に対してOEM製品を提供している。これら20ブランドには、ネット販売をしているブランドも存在している。大阪バネ工業もインターネットを介した販売を実施しており、通常価格より上乗せして販売している。大阪バネ工業の独自ブランドであるOBK製品は、商社等を通じても販売されている。

大阪バネ工業が直接輸出しているのは、カナダのダンパーメーカーに対してスノーモービル等用のコイルばねと、ウルグアイ経由でアルゼンチン向けに自動車用コイルばねである。

### 大阪バネ工業の市場開拓と現状<sup>37)</sup>

大阪バネ工業は、海外市場をとらえる場合、常にゼロ市場開拓にこだわっている。大阪バネ工業は、シェア獲得重視で、現時点での利益よりもブランド浸透を重視している。近年は、アフリカ地域を重視している。

ケニアでは、販売促進活動を実施中であり、プロモーションビデオなどを作成し現地に送り、市場の開拓作業を実施している。そして実際に現地に出向き、どのような時にバネを交換するのかについて、セミナーやプレゼンを現地のバイヤーに対して実施している。

懸架用ばねは、経年変化で「へたる」と言われるが、日本における故障などの補修目的としての懸架用コイルばねの交換需要は、ほぼ存在しない。しかしロシアやケニアなどでは日本から輸出された中古車の場合、走行距離数が10万キロを超えると、道路事情により懸架用ばねは経年変化する。そこで、大阪バネ工業は、懸架用ばねを生命に関わる重要保安部品として位置付け、交換を推奨している<sup>38)</sup>。

36) 2014年8月5日フィールド・ノーツ

37) 2015年9月8日フィールド・ノーツ

38) ばねのへたりについて、福野（2003）が調査した日本発条株式会社は、懸架用ばねが毎日の車重を支えているうちに経年変化（5～10年間）により、少しずつ押

2014年6月にベトナムのタクシー会社（300台を所有）に対して、無償でサンプルを提供してきた。まずは、使用してもらい効果を実感してもらう事を重要視した<sup>39)</sup>。しかし、ベトナムではショックアブソーバーは交換しても懸架用ばねの交換需要は発生しなかった。日本の自動車メーカーのディーラーが、ばねの交換を推奨していないことが要因だとする。ベトナムのタクシー会社は大阪バネ工業に対して、タクシーとして使用済みの車を転売する際に、転売先で懸架用コイルばねの販売活動を行って欲しいと言われた。ベトナムでは、日本車の中古車市場が制度として禁じられている。

#### 大阪バネ工業の国内における競合相手<sup>40)</sup>

大阪バネ工業以外に同様な市場へ進出しているばねメーカーに、「純正部品」メーカーである中央発条（補修部品市場へは一部のみ）、日本発条（ロシアには一部対応）等が存在するが、どちらも少量多品種製品への対応は積極的ではない。

競合相手が存在しにくい事由として、輸出先国ごとに、それぞれ条件が細かく異なることがある。例えば日本市場における車種に対応する北米向け車種は、日本国内向けのエンジン形式が変更となる場合がある。日本国内では直列4気筒エンジンを搭載していたものが、北米ではV型8気筒エンジンを搭載し排気量も増量される。この場合荷重量が変更となり、ばねの設定値が変わる。

また、輸出先国の制度に関わる問題も存在する。ミャンマーが規制緩和を進め、日本製自動車の中古車市場が急拡大した（『Nikkei Automotive 2015年12月号』76～79頁）。しかし、逆に新たな規制が設定される可能性は否定できず、市場自体が大きく変動する可能性を含んでいる。

---

しつぶされて塑性変形が進み、5～10 mmというレベルでわずかに車高が下がる現象を「へたる」と表している。しかしこの「へたり」は決して、製造時のばねの性能（ばね定数）が製造公差以上には変化することを示すことではないと福野（2003）は指摘する（51～57頁）。

39) 2014年8月5日フィールド・ノート

40) 2014年8月5日フィールド・ノート

### 大阪バネ工業の生産技術（熱間成形加工）<sup>41)</sup>

大阪バネ工業は、熱間成形加工の機械を有している。熱間成形の場合、バー材を資材部でカットして加工を行うので、端材が出ないようにする事が求められる。カット後の加工手順は、以下の通りである。

加熱→巻き取り→焼入れ→焼戻し（430℃ 70分）：熱処理→表面処理（粉体塗装）→検査（硬度・へたり）

切断されたバネ特殊鋼棒材の先端を、巻き取り機で巻き取る際の先端部分を熱し圧延した後、900℃ まで全体を加熱する。その後、自動巻き取り機（NC）で巻き取る。巻き取る工程は、オペレーターによる調整が必要であり、10年ほどの経験を必要とされる。巻き取り後、焼入れ、焼戻し（430℃、70分）、塗装（粉体塗装）、仕上げ、梱包となる。その後、荷重検査・20万回疲労耐久テストを実施する。

材料置場



材料切断



出所：筆者撮影(2014年8月5日) 出所：筆者撮影(2014年8月5日)

巻き取り→焼入れ



出所：大阪バネ工業 Webページ

41) 2014年8月5日フィールド・ノーツ

なお、冷間加工については、外注している。コイルから「巻いて貰っている」と表現する。外注後、納入→塗装→梱包を大阪バネ工業が実施し、品質管理を行っている。冷間は、端材が出ない。熱間と冷間の加工は、線径によって変わる。15～17 mm（最大）までは冷間が可能で、それ以上（20～30 mm以上）は熱間となる<sup>42)</sup>。現在、中国製の原材料を使用した（20～25% 安価）、最終価格差はおよそ 1/3～1/4 の製品が存在している。

## 5. 間接輸出の統計数値抽出の試み

間接輸出に関する統計的な把握は、これまで積極的には行われてこなかった。実際に、直接輸出、間接輸出を区分した統計数値は存在しない。間接輸出に関して統計的な把握を試みた日本政策金融公庫総合研究所（2013）によると、何らかの形で輸出に関わっている中小製造業のうち<sup>43)</sup>、直接輸出 41.6%、間接輸出 40.5%、自社の海外拠点への輸出 17.9%、との結果が出た（3頁）。直接輸出を行う企業とほぼ同じ割合で間接輸出も行っていることになる。そこで本稿では、自動車懸架用コイルばねに関する統計値から可能な限り間接輸出の推測を行う。

貿易における商品の分類は、商品の名称及び分類について統一システムに関する国際条約（HS条約）<sup>44)</sup>により規制されている。この条約の締約国は、HSに基づき自国の関税率表及び輸出入統計品目表を作成し、運用することが義務づけられている。税関への申告は、「9桁の統計品目番号」を使用するが、この品目番号毎の集計を「統計品」と呼んでいる。一方、いくつかの統計品目をまとめて、一般的な名称を付したものを「概況品」と呼び、貿易統計の発表の際などに使用されている（『日本の自動車部品工業（2015年

42) 「ばねの歴史」編集ワーキンググループ（2012）によると、冷間成形と熱間成形の棲み分けとしては、線径 12 mm 程度までは冷間成形、12～16 mm が冷間・熱間成形の共存域、16 mm を超えると熱間成形となる（226 頁参照）。

43) 「直接輸出」、「間接輸出」、「自社の海外拠点（一部出資の企業を含む）に輸出」、「国内の販売先を通じて輸出されている可能性があるが、実際にどれだけ輸出されているかは不明」と回答した企業。原則従業員 20 人以上。

44) Harmonized Commodity Description Coding System

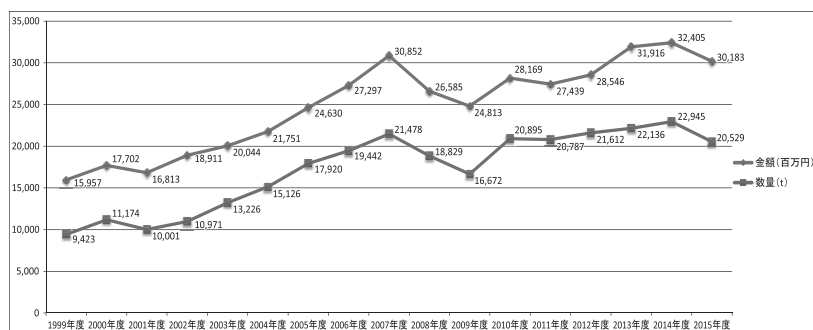


版)』145 頁参照)。

概況品コード 8707～8708 に分類されている「自動車の部分品」は、全ての自動車部品を網羅しているわけではない。ピストン、ガスケット、ベアリング、及びスパークプラグ、オルタネータ、スターター等の電装品、ランプ・電球等の照明部品、カーオーディオ、ワイパーブレードなどは、この中に含まれていない。そして、本稿で注目するばねも含まれていない。概況品は自動車部品の半分程度を網羅するだけとされる。さらに新品、中古の区別もないことから、新品部品だけではなくリサイクル部品(中古・リビルド部品)を含むものと考えられる(『日本の自動車部品工業(2015 年版)』145～146 頁参照)。

財務省貿易統計の輸出統計品目表(2016 年 1 月版)によると、自動車用懸架コイルばねに相当する統計番号は、「7320.20-000:鉄鋼製のコイルばね」になる。輸入の場合、「7320.20:コイルばね」はさらに、「7320.20-010:1 自動車用のシャシばね」、「7320.20-090:2 その他のもの」と分類されるが、輸出の場合は自動車を明確に区分していない。よって、輸出の金額・数量には、自動車用のシャシばね(自動車懸架用コイルばね)以外も含まれ、かつリサイクル部品も含まれている。鉄鋼製のコイルばねは、2014 年度で 324 億円、2 万 3,000 t が輸出されている(図 6 参照)。

図 6 鉄鋼製のコイルばねの輸出(年度)



出所：財務省貿易統計 品別国別表から「年度別」「品目コード指定」で検索し筆者作成。

### 5.1 組付部品及び純正部品からの確認

本稿で注目する大阪バネ工業が取り扱うのは、補修部品のうちの優良部品である。補修部品の輸出額を示す統計資料に、青木編（2016）が毎年発行されている。2015年度の自動車メーカー9社<sup>45)</sup>が扱う補修部品と油脂、用品を合わせて7,525億2,000万円となっている（青林編，2016，36頁）。しかし青木編（2016）が調査対象とするのは、純正部品であり優良部品は含まない。また、油脂や用品（カーナビゲーションなど）を含み、自動車懸架用コイルばねだけを特定できない。

自動車懸架用ばねは、自動車製造の重要部品であるため、自動車部品工業会が組付部品・純正部品として統計値が把握されている。日本自動車部品工

表1 コイル・スプリングの需要先別出荷額推移 部品名(懸架・制動装置部品)

			1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	
			会社数	9	10	10	10	10	
四輪車用	自動車 メーカー 向	組付用	国内①	18,272	18,439	17,696	17,946	19,768	20,272
			海外②	40	300	81	14	181	193
		補修用	国内③	217	229	693	396	244	234
			海外④	0	0	0	0	0	0
	車体メーカー向⑤		36	33	33	133	122	23	
	部販・共販向⑥		15	15	15	15	18	20	
	部品メーカー向	国内⑦	3,470	3,756	3,530	3,971	2,414	1,770	
		海外⑧	0	2	3	13	29	20	
	直接市場向	国内⑨	1,053	2,421	2,234	1,919	1,782	1,686	
		海外⑩	35	76	102	68	170	184	
四輪車用計			23,138	25,271	24,387	24,475	24,728	24,402	
二輪車用	組付用	国内	1,590	1,699	1,726	1,801	1,580	1,803	
		海外	0	0	0	0	0	0	
	補修用	国内	0	0	7	9	9	6	
		海外	0	0	0	0	0	0	
二輪車用計			1,590	1,699	1,733	1,810	1,589	1,809	
合計			24,728	26,970	26,120	26,285	26,317	26,211	

注)・出荷額は販売先によって区分されている。例えば、自動車メーカー向けの国内とは、国内自動車メーカー向け出荷であって、自動車メーカーによるそれらの輸出もここに含まれている。

・海外は自社及び自社系列販社から直接輸出した部品の出荷額である。

出所：日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」各年版より筆者作成。

45) トヨタ、日産、ホンダ、マツダ、富士重工、三菱、スズキ、ダイハツ、日野の9社。

業会が毎年実施している「自動車部品出荷動向調査」の中で、懸架・制動装置部品の中に「コイル・スプリング」（分類番号：502）とある。まず、組付部品・純正部品から特定していく。

1999年度は2014年度までのコイル・スプリングの需要先別の出荷額の推移を示す（表1）<sup>46)</sup>。

表1は、需要先が国内・海外と区分されているので、加工したものが表2である。

出荷額は販売先によって区分されており、例えば、自動車メーカー向けの「国内」とは、国内自動車メーカー向け出荷であって、自動車メーカーが部品を荷受後、輸出した分もここに含まれている。「海外」は自社及び自社系

単位：百万円

2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
7	10	6	7	7	6	7	5	5	8
16,504	24,402	19,705	24,442	23,499	24,574	25,268	17,570	23,205	23,959
140	66	64	4	195	172	6	89	75	662
237	207	182	209	188	230	223	491	158	117
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	35	41	30	29	2	116	101	109	32
26	31	36	27	27	0	0	0	0	76
1,759	3,420	3,047	1,674	1,258	1,514	2,151	2,328	2,597	2,464
279	296	8	7	27	51	0	70	160	4
1,568	1,691	622	682	618	575	578	219	156	257
259	222	118	155	122	168	149	195	109	182
20,803	30,370	23,823	27,230	25,963	27,286	28,491	21,063	26,569	27,753
2,454	2,587	2,735	2,167	915	0	1,150	1,169	1,170	1,087
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	5	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2,460	2,592	2,735	2,167	915	0	1,150	1,169	1,170	1,087
23,263	32,962	26,558	29,397	26,878	27,286	29,641	22,232	27,739	28,840

46) ここでは議論の展開を明確にするために自動車部品工業会が示す値を全て組付部品・純正部品として説明するが、需要先が「直接市場向」は優良部品である。比較検討する2014年度の金額が2億5,700万円と小さいのでそのまま進める。

表2 コイル・スプリング(四輪車用)国内・海外別出荷額 部品名(懸架・制動装置部品)

		1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
出荷額	国内	23,063	24,893	24,201	24,380	24,348	24,005	20,125
	海外	75	378	186	95	380	397	678
	合計	23,138	25,271	24,387	24,475	24,728	24,402	20,803
構成比	国内	99.7%	98.5%	99.2%	99.6%	98.5%	98.4%	96.7%
	海外	0.3%	1.5%	0.8%	0.4%	1.5%	1.6%	3.3%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

注) 前記表1より、「国内」は、①+③+⑤+⑥+⑦+⑨ 「海外」は、②+④+⑧+⑩である。

なお、二輪車用は除いている。

出所：日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」各年版より筆者作成。

列販社から直接輸出した部品の出荷額である。2014年度に四輪車用自動車部品のコイル・スプリング(自動車懸架用コイルばね)は、277億円出荷され、うち96.9%の269億円が国内向けに、残り3.1%の8億4,800万円が直接輸出された(表2)。そして、該当する企業名は不明であるが、これらの出荷額は8社の自動車部品メーカーによって担われている(表1)。

自動車部品の生産流通を詳細に分析しているアイアールシー(2014)によると、コイル・スプリングのメーカーとして、トヨタ系の中央発條、独立系の日本発條、三菱製鋼のほか、米国の部品メーカー・テネコオートモーティブとアイパッハ、独ティッセンクルップ傘下のグループ企業であるビルシュタインの計6社があり、メーカー別のシェアを見ると、日本発條がトップで44%と市場の4割以上を占め、次いで中央発條が34.8%、三菱製鋼が21.1%と続いており、ビルシュタイン、テネコオートモーティブとアイパッハのシェアはごく僅かとなっている。

コイル・スプリング市場では、2013～2014年にかけて日本発條が、取引先の1社であるマツダの増産に加えトヨタ自動車向けの供給量が伸びたことで躍進し、市場シェアを2年前の33.5%から44%へ高めた。永らく首位を守ってきた中央発條を抜き業界トップの座を確保した(488頁参照)。組付部品の自動車懸架用コイルばねは、3社による寡占状態にある。

一般社団法人日本ばね工業会も会員企業に対して、毎年統計調査を実施している。自動車懸架用コイルばねに相当する、熱間成形コイルばねと冷間成

単位:百万円

2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
29,786	23,633	27,064	25,619	26,895	28,336	20,709	26,225	26,905
584	190	166	344	391	155	354	344	848
30,370	23,823	27,230	25,963	27,286	28,491	21,063	26,569	27,753
98.1%	99.2%	99.4%	98.7%	98.6%	99.5%	98.3%	98.7%	96.9%
1.9%	0.8%	0.6%	1.3%	1.4%	0.5%	1.7%	1.3%	3.1%
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

表3 コイル・スプリングの部品メーカー別納入状況 単位:生産量千本/月,シェア%

部品メーカー	生産量	シェア	納入先	納入量	備考
日本発条	1286.02 (1082)	44 (33.5)	マツダ	314.2	
			ホンダ	214	
			スズキ	193.4	
			日産自動車	190.2	
			トヨタ自動車	136.9	
			富士重工	130.2	
			ダイハツ	103.9	
			いすゞ自動車	3	エルフ
			三菱自動車	0.72	i, i-MiEV
中央発條	1018.2 (1235.8)	34.8 (38.2)	トヨタ自動車	763	
			ダイハツ	149.8	
			スズキ	56	
			三菱自動車	45	
			マツダ	4.8	ベントラーオートモーティブ経由 ビアンテ, ベリーサ
三菱製鋼	615.1 (911.7)	21.1 (28.2)	三菱自動車	162.3	
			日産自動車	127.6	
			ホンダ	92	
			富士重工	87	
			トヨタ自動車	78.2	
			スズキ	66.6	
			日野自動車	1.3	デュトロ
			三菱ふそう	0.5	キャンター, ローザ
ビルシュタイン	1.2 (-)	0.048 (-)	ダイハツ	0.3	ブーン
			日産自動車	1.2	GT-R
テネコ・オートモーティブ	1.2 (3)	0.048 (0.097)	マツダ	1.2	スワフトスポーツ (Fr)
アイバッハ	0.08 (0.1)	0.004 (0.003)	三菱自動車	0.08	ランサーエボリューションX ・GSRプレミアム

(下段)内は2012年実績

注)・自動車部品200品目の生産流通調査 2014年版の基礎数字について自動車メーカーの調達量, 部品メーカーの生産量は, ライン純正品を対象としている。

・自動車メーカーの調達量, 部品メーカーの生産量は, 各シェアは, 2013年4月~2014年3月の国内生産台数(12ヶ月間の月平均値)を基礎としている(60頁)。

・なおニッパツとの表記を, 日本発条と変更した。

出所: アイアールシー(2014)『自動車部品200品目の生産流通調査 2014年版』491頁

形コイルばねを抽出し合計すると、2014年の輸出額は1億8,000万円、輸出重量は62tとなる（表4）<sup>47)</sup>。

表4 日本ばね工業会 会員輸出統計

単位:百万円

金額	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
熱間成形コイルばね	64	19	13	8	3	2	8	7
冷間成形コイルばね	133	82	101	89	96	101	101	50
合計	197	102	114	97	99	103	108	57

単位:トン

重量	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
熱間成形コイルばね	152	58	39	23	8	5	25	7
冷間成形コイルばね	16	16	25	22	25	30	37	9
合計	167	74	63	45	32	35	62	15

注)

- ・ 会員企業の中から予め登録している調査対象企業の内、有効回答のあった企業数の合計である。すべての調査結果において、調査対象企業は118社となっている。
- ・ 熱間成形ばねには他に、重ね板ばね、トーションバースタビライザがある。
- ・ 冷間成形ばねには他に、シートばね、薄板ばね、ぜんまいばね、ばね座金、その他金属ばねがある。
- ・ なお、記載データに相違があった場合は、より新しい資料の数値を採用し、小数点第1位を四捨五入している。

出所：一般社団法人日本ばね工業会、「会員輸出統計表」各版(重量及び金額)から、筆者作成。

2010（平成22）年の日本ばね工業会会員輸出統計表（月別集計 金額 単位：千円）の調査結果には、2009年と2010年の回答企業数が記載されている（共に4社）。その後の金額、重量共に際立った変化は見られないので、回答している企業に変動がないものと推測すれば、4社の数値が継続していると想定される。

ここで、自動車懸架用コイルばねの輸出に関してまとめてみよう。比較可能でできるだけ新しい数値を採用する。

47) なお翌年の2015年には、輸出金額が5,700万円、重量が15tになっているが、本稿内で比較しうる年及び年度の関係上、2014年の数値を採用する。

表5 自動車懸架用コイルばねの輸出に関するまとめ(2014年度)

	財務省貿易統計	日本自動車部品工業会	日本ばね工業会
金額(百万円)	32,405	848	108
数量(t)	22,945	—	62
企業数	—	8	4

注)・日本ばね工業会の数値は、年別(1~12月)。

・日本自動車部品工業会は、金額のみ。

出所：図6、表2、表4より筆者作成

ここで取り上げた統計の数値には、大きな差が確認できる。財務省貿易統計は、鉄鋼製のコイルばねが実際に輸出された金額と数量である。自動車部品工業会の輸出額の数値には、企業および関連企業から直接輸出された金額のみが記載されており、国内向けに自動車メーカーや部品メーカーに出荷され組み付けられた、または組み付けられずそのまま輸出されたデータは含まれない。差額の中に、間接輸出の存在が推測される。ただ、そもそも財務省貿易統計の輸出の金額・数量には、自動車用のシャシばね(自動車懸架用コイルばね)以外も含まれている(リサイクル部品も含む)。

ではより間接輸出を明らかにする為に、日本国内で年度内にどれだけの自動車懸架用コイルばねが生産されているのかについて、機械統計<sup>48)</sup>から明らかにしていく。

## 5.2 日本国内におけるコイルばねの生産状況

ここでも、自動車懸架用コイルばねに可能な限り注目していく。まず、日本ばね工業会が集計する会員生産統計から見ていこう。会員生産統計は、日本国内における生産実績が明らかになる。

日本ばね工業会の統計は、項目が詳細に区分されている。生産技術別に大きく熱間成形と冷間成形に区分され、熱間成形ばねには「コイルばね」、「重

48) 機械統計という表現は、2001年までばねが『機械統計年報』に記載されていたことによっている。しかし、2002年からは、経済産業省『生産動態統計年報』の『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計年報』にばねの記載場所が変更になっているので正確さに欠けるが、利便上機械統計と表記する。



ね板ばね」,「トーションバースタビライザー」, 冷間成形ばねには,「コイルばね」,「シートばね」,「薄板ばね」,「ぜんまいばね」,「ばね座金」,「その他金属ばね」がある。今回注目している自動車懸架用コイルばねに相当すると推測できるのは, 熱間成形の「コイルばね」(以下, 熱間成形コイルばね)と冷間成形の「コイルばね」(以下, 冷間成形コイルばね)である。

表6 日本ばね工業会 会員生産統計表(1~12月)

単位:t

生産	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
熱間成形コイルばね	121,405	119,539	72,404	94,166	90,036	93,616	86,826	83,773	77,637
冷間成形コイルばね	80,150	70,613	50,722	65,600	61,985	64,829	62,603	62,029	58,440

単位:百万円

金額	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
熱間成形コイルばね	30,028	31,383	19,084	24,906	25,053	25,406	22,296	21,567	19,275
冷間成形コイルばね	89,154	88,125	61,910	78,773	79,942	79,840	77,745	77,882	76,794

注)

- ・ 会員企業の中から予め登録している調査対象企業の内, 有効回答の有った企業数の合計である。
- ・ 日本ばね工業会には, その他に 2011 年からプラスチックばねも製造しているが, この表には掲載していない。

出所: 一般社団法人日本ばね工業会, 「会員生産統計表」各版(重量及び金額)から, 筆者作成。

熱間成形コイルばねの生産重量と金額は, 8万3,700t, 215億円(2014年), 冷間成形コイルばねの生産重量と金額は, 6万2,000t, 778億円(2014年)となる。

次に, 政府による機械統計を見ていこう。自動車懸架用コイルばねに該当する項目は, 「つるまきばね」(熱間成形コイルばね)と「線ばね」(冷間成形コイルばね)である<sup>49)</sup>。

「つるまきばね」は, 2001年まで自動車用の項目が独立して立てられて

49) 線径による熱間成形と冷間成形は, 棲み分けられており, より径が大きいものが熱間成形でつるまきばね, より径が小さい冷間成形の線ばねと表現されている。熱間成形と冷間成形の棲み分けについては, 注42参照。

いたが、2002年からは削除されている。しかし、「つるまきばね」の合計値に大きな変動はない。「つるまきばね」合計のうち、自動車用が記載された最終年である2001年までの割合は、重量の約85%（85.7%：1999年，85.0%：2000年，85.6%：2001年），金額の80%弱（78.0%：1999年，78.1%：2000年，77.5%：2001年）であり，その後の推移は推測するしかないが，同様の割合を自動車用が占めていると仮定できる。一方「線ばね」には，自動車用の項目が立てられており，シート用のばねが除外されていることから，自動車懸架用コイルばねは含まれる。

そこで，2014年の「つるまきばね」の生産重量と金額は，8万6,700t，234億円（2014年：表7-1a）となる。「自動車用線ばね」の生産重量と金額は，5万8,000t，584億円（2014年：表7-2a）となる。

表8にまとめると，機械統計における「つるまきばね」と日本ばね工業会の「熱間成形コイルばね」の数値は，ほぼ適合するが，「自動車用線ばね」と「冷間成形コイルばね」では，特に金額に開きがある。

これは，機械統計の項目である「その他の線ばね（機械用・シート用ばねを含む）」に，シート用ばねではない軽量なコイルばねが含まれていると推測できる。よって，重量差が小さく金額差が大きくなったのだろう<sup>50)</sup>。

しかし，大きな数値的な齟齬はないとみなし，日本国内で生産されたコイル・スプリングを確認できたとし，以下では機械統計の数値を利用し展開する。

ここで改めて自動車懸架用コイルばねの輸出に戻ろう。自動車部品に関する統計との整合性のため数値は年度集計を用いる（表7-1b，7-2b）。機械統計では，「つるまきばね」の2014年度の生産重量と金額は，8万4,000t，227億円（2014年度：表7-1b）となる。「自動車線ばね」の生産重量と金額は，5万7,000t，578億円（2014年：表7-2b）となる。

年別の時（表7-1a，7-2a）と同様に「つるまきばね」合計のうち，自動

50) 日本ばね工業会が分類する「ぜんまいばね」「その他の金属ばね」が相当すると推測できる。

表 7-1a 機械統計・生産(年別 1～12 月):つるまきばね

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
重量(t)	87,660	93,736	89,777	96,899	96,489	104,118	109,838	118,767
金額(百万円)	27,224	27,362	26,103	26,656	24,993	24,969	26,832	28,832
自動車用								
重量(t)	75,081	79,706	76,868					
金額(百万円)	21,223	21,379	20,229					
その他のつるまきばね								
重量(t)	12,579	14,031	12,909					
金額(百万円)	6,000	5,983	5,873					

表 7-1b 機械統計・生産(年度別 4～3 月):つるまきばね

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度
重量(t)	89,139	92,948	90,672	97,182	98,291	105,244	112,278	120,078
金額(百万円)	27,423	27,181	26,095	26,365	24,637	25,217	27,857	28,519
自動車用								
重量(t)	76,183	79,057						
金額(百万円)	21,415	21,281						
その他のつるまきばね								
重量(t)	12,956	13,890						
金額(百万円)	6,008	5,900						

注)・2002年(年別)及び2001年度より自動車用つるまきばね、その他のつるまきばねの項目が削除されている。  
・なお、1999～2001年及び1999、2000年度の値は、自動車用とその他の合計値である。

表 7-2a 機械統計・生産(年別 1～12 月):線ばね

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
重量(t)	79,845	86,779	79,850	83,331	85,247	89,390	99,463	108,818
金額(百万円)	91,961	96,486	84,342	84,217	90,531	97,584	111,703	117,062
自動車用(シート用ばねを除く)								
重量(t)	44,600	47,450	43,791	46,864	48,302	49,758	55,526	60,807
金額(百万円)	49,458	53,203	48,846	50,052	51,000	52,986	59,454	63,072
その他の線ばね(機械用・シート用ばねを含む)								
重量(t)	35,245	39,329	36,059	36,467	36,946	39,632	43,937	48,011
金額(百万円)	42,503	43,284	35,496	34,165	39,531	44,598	52,249	53,991

表 7-2b 機械統計・生産(年度別 4～3 月):線ばね

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
重量(t)	82,297	85,528	79,242	85,188	85,560	90,761	103,232	108,450
金額(百万円)	94,972	94,319	82,544	86,161	91,959	100,970	113,752	117,223
自動車用(シート用ばねを除く)								
重量(t)	45,490	46,470	43,594	48,268	48,270	50,456	57,365	60,779
金額(百万円)	50,752	52,232	48,421	50,738	51,227	54,291	60,899	62,973
その他の線ばね(機械用・シート用ばねを含む)								
重量(t)	36,807	39,058	35,648	36,920	37,290	40,305	45,867	47,671
金額(百万円)	44,219	42,086	34,123	35,423	40,732	46,679	52,853	54,251

注)線ばねの重量及び金額は、自動車用とその他の線ばねの合計値である。

出所:表 7-1に同じ。

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
129,092	127,560	78,331	103,541	96,228	100,345	91,844	86,702	79,676
29,313	31,501	20,776	26,378	25,636	26,840	24,549	23,422	20,712

2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
133,197	107,422	88,882	101,026	101,139	945,577	92,358	84,314
30,215	27,701	22,955	25,889	27,289	24,898	24,900	22,712

出所：1999年：通商産業大臣官房調査統計部編『平成11年－1999－機械統計年報』2000年8月  
 1999～2000年度・2000～2001年：経済産業省経済産業政策局調査統計部編『機械統計年報』各年版  
 2001～2014年度・2002～2015年：経済産業省経済産業政策局調査統計部編『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計年報』各年版より、筆者作成。

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
107,705	103,200	75,891	96,601	86,668	89,393	85,599	86,815	91,773
120,922	120,749	86,325	109,134	99,584	102,457	95,093	94,452	98,626

60,721	59,162	42,163	56,228	52,573	56,652	55,745	58,438	56,744
64,112	63,356	43,941	57,897	54,969	59,199	57,084	58,425	56,739

46,984	44,038	33,728	40,373	34,096	32,740	29,854	28,376	35,029
56,810	57,393	42,385	51,237	44,615	43,259	38,009	36,027	41,887

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
107,958	89,834	86,858	93,276	88,394	86,903	82,277	86,999
123,075	105,540	97,495	105,944	102,889	97,749	96,136	94,877

61,642	50,645	48,897	55,356	54,286	55,205	57,234	57,525
65,039	54,647	50,277	57,120	57,228	57,160	58,071	57,888

46,316	39,189	37,961	37,920	34,108	31,698	30,043	29,475
58,036	50,893	47,218	48,824	45,661	40,589	38,065	36,990

表8 日本ばね工業会と機械統計の擦り合わせ(年別1～12月)

	熱間成形コイルばね		つるまきばね	
	2014年	2015年	2014年	2015年
重量(t)	83,773	77,637	86,702	79,676
金額(百万円)	21,567	19,275	23,422	20,712

	冷間成形コイルばね		自動車用線ばね	
	2014年	2015年	2014年	2015年
重量(t)	62,029	58,440	58,438	56,744
金額(百万円)	77,882	76,794	58,425	56,739

出所：表7-1a及び7-2aから抽出。

車用が記載された最終年である2000年度までの割合は、重量の約85% (85.5%：1999年度, 85.1%：2000年度), 金額の80%弱 (78.1%：1999年度, 78.3%：2000年度) である。自動車部品工業会による自動車部品に関する統計が、金額のみであるので、その後の割合の推移が維持されるものと仮定し推計すると、2014年度の「自動車用つるまきばね」の生産金額は、182億円 (227億円×0.8) となる。

2014年度の日本国内における自動車懸架用コイルばねを含むコイルばねの生産金額は、機械統計から推測すると760億円 (182億円【つるまきばね (熱間成形コイルばね)】+578億円【自動車線ばね (冷間成形コイルばね)】) であり、2014年度の自動車部品277億円 (表1：四輪車用コイル・スプリング) から差し引き、483億円の差が存在する。

自動車懸架用ばねの生産技術としては、1990年代に入って熱間成形から冷間成形が急速に増加した (『ばねの歴史』編纂ワーキンググループ, 2012, 226頁; 蒲, 2008, 104頁) ことを鑑み、「自動車用線ばね」だけが自動車懸架用ばねを含むと考えると、2014年度における自動車懸架用コイルばねの国内生産金額は301億円 (578億円【自動車線ばね (冷間成形コイルばね)】—277億円【表1：四輪車用コイル・スプリング】) となる。

この483億円あるいは301億円は、自動車組付部品及び純正部品以外の用途で国内において生産された、優良部品である自動車懸架用コイルばねの可能性のある生産金額となる。もう少し厳密に計算すると、自動車部品のうち

海外向け（8億円）を除けば（269億円）、491億円あるいは309億円となる。

表5で確認したように、財務省貿易統計では2014年度の鉄鋼製のコイルばねの輸出金額は324億円であった。自動車部品海外向け（8億円）を除いた316億円が、自動車組付部品及び純正部品以外の供給ルートによる自動車懸架用コイルばねの可能性もある。もちろん、自動車懸架用コイルばね以外が多数含まれる可能性も否定はできない<sup>51)</sup>。

### 5.3 小括

中小企業基盤整備機構経営支援情報センター（2013）は、「近年間接輸出向けの部品・半製品や委託加工の発注が急速に減少しつつ」（5頁）あると指摘する。中小企業基盤整備機構経営支援情報センター（2013）や吉原（2015, 69頁）が示す間接輸出は、本稿が明らかにしようとする商社を通じて行う間接輸出とは異なる。しかし、自動車メーカーが部品を購入後、組付けた後に輸出する、またはそのまま部品として輸出することが減少しつつあることは、整合性の確認はできないが「深層現調化」（清, 2013）とも重なる。

統計数値として自動車懸架用コイルばねの間接輸出の明確化に成功したとは決して言えないが、優良部品を扱う商社や部品卸が間接輸出を行っている金額の範囲は示せたと考える。その金額は、決して小さくはない。

## 6. 考察

### 6.1 自動車懸架用コイルばねの交換需要の論理

大阪バネ工業が間接輸出する自動車懸架用コイルばねの需要は、日本からの中古車市場の存在と大きく関わっている。自動車メーカーが、当該国市場

---

51) 日本ばね工業会の会員輸出統計では、「ぜんまいばね」の輸出は行われておらず、「その他の金属ばね」の2014年（1～12月）の輸出金額は、9億5,000万円となっている（補表）。

向けの自動車を開発・生産・販売している場合、同国内で発生する中古車は、製造時の設定値が同国の環境に合致している。

もし自動車メーカーが世界各地で使用可能な条件で自動車を開発・設計すれば、重要保安部品である本稿で注目した懸架用コイルばねを交換する必要性は、ロシアであろうがアフリカであろうが、事故や破損がない限り生じない。しかし、これは「過剰品質」とも言える<sup>52)</sup>。日本市場向けに開発・生産された自動車が中古車として輸出され、輸出先国の道路事情など開発・設計条件に差異が存在することが、自動車懸架用コイルばねの交換需要を生み出している。

大阪バネ工業は新たな市場開拓を試みており、そのターゲットにはアフリカ諸国が含まれている。ケニアでは交換需要が発生しており、有望な市場として捉えている（2015年9月8日フィールド・ノート）。

## 6.2 大阪バネ工業のリバース・エンジニアリング

大阪バネ工業が新たな海外の販売先との交渉に向けての基本的なスタンスは、価格競争をしないこととしている。自社販売製品の特徴として、1アイテム20本という少量多品種を誇り、海外市場における競合相手である東南アジアや中国メーカーの1アイテム500本の製品との差別化を図っている（2015年9月8日フィールド・ノート）。

このような多品種少量生産を実現できることは、第一に生産技術が熱間成形加工であることがある。第4章で示したように、棒材から材料を無駄にすることなく、1本からでも加工可能という少量対応を可能にする体制が整っている。

「あまりみなさん気が付かれませんが、遊園地の大型遊戯施設にも（大阪バネ工業の：筆者補足）スプリングが使用されています。変わったところで

52) 義永（1999）で取り上げた自動車用ナット製造企業（F社）での聞き取り調査において、H技研が二輪車製造から四輪車製造に進出した際のホイールナットの強度は、既に四輪車に進出していた他メーカーの強度と比較して過剰な品質であったという（154頁、注20参照）。



は、ダカールラリー、WRCラリージャパン、スーパーGT等、開発サポートもしてますし、生産中止になった旧型乗用車、オールドカーなんかのパーツも受けてます。」(塩野, 2012, 174 頁)とあるように、ばねを開発段階からサポートできる社内の体制が整っている。

このような開発への対応が可能な理由に、大阪バネ工業がこれまで取り組んできた国内市場向けの補修部品の開発方法が大きく影響を及ぼしている。補修部品のコイルばねの開発は、純正部品がどのようなばね特性(ばね定数)を持つかデータを収集し、対応する自動車の公差を確定し、さらに販売しやすいカテゴリー(大阪バネ工業の場合、強度に合わせて4カテゴリー)を設定することは、まさにリバース・エンジニアリング<sup>53)</sup>である。

大阪バネ工業の商品カテゴリーの4種類は、ばねの強度と高さを調節できる。例えば、ばねの強度を上げても高さを変更せずに要求された性能を実現可能である。細かな対応が可能なのは、膨大な加工情報の蓄積があるからだ。以下、少し長くなるが、前経営者(笠井潔氏)の記録から提示する。

「なにしろ製品が実にシンプルでしょ。これではようけお金取られへんのです。知らん人はそんなの鋼卷いたらすぐにバネ(引用のママ:筆者注)になるやんけ言われたらね、その通りなんですよ。

しかし、誰かがこれを真似をしようと思っても、それは出来ないです。やっぱり設備がいるし、経験の蓄積もある、素材をよう知っていると、そういうのがあるから出来るんです。

この仕事は、簡単な分だけ、要所、要所、ポイントにノウハウというのがやっぱり必要なんです。職人仕事の部分もあります。設備だけではすまない。それを今もう、若い子らがそれ引き継いでます。若いいうても50、60歳ですよ。

よそとなにが差があるかいうと熱処理の温度であるとか、時間であ

53) 物理的な部品や製品からそれらの設計図面などの技術データを復元するプロセスのことを指す(葛・藤本, 2005, 91 頁)。

るとか、それは今まで積み重ねてきて、例えばここからこの温度まで冷やすのにこの直径なら1分何秒でやれとか。この材料ならこうやれ、この材料ならこうやれと。

昔の鍛冶屋さんなら火の色を見ながら調節できたと思うんですが、今はパソコンでしょ。そうすると蓄積データが重要です。今の温度に設定されたそこまでの途中経過が宝物なんです。結果だけは盗むことができますと思うんですが、我々、失敗してきてますからね。それが大事なんです。長い時間積み重ねてきたからここまで来たんです。」(塩野, 2012, 174~175 頁)

懸架装置, すなわちサスペンションは, 自動車の乗り心地に大きく影響を与える。ショックアブソーバー, バネ, ロッド, ブッシュなど様々な部品全体でサスペンションシステムとして機能する。柔らかいバネでも固い乗り心地になったり, またその逆もある。乗り手の感覚に左右される部分もある。乗り心地の大部分はタイヤにも影響されている。さらに, 乗り手のスタイルによっても大きく変わる。これは, チューンアップ重視か, ドレスアップ重視か, はたまた両方か。乗車人数が運転者一人のみであれば問題ないが, 同乗者にとっての乗り心地はどうなのか。数多くの変数が存在し, 自動車メーカーのフォワード・エンジニアリング(通常の製品開発)においても非常に複雑な開発である。

これまで大阪バネ工業が手がけてきた, 特注ばねの事例を挙げる。

- ・地下駐車場に入庫可能な高さまで車高を低くする。
- ・介護のために車椅子を乗せる車両のために車高を下げる。
- ・「鍵の110番」は荷台に重量物を乗せるので車高を上げる。
- ・自動車ディーラーと組んで現金輸送車の車高を上げる。
- ・パトカー用ばね(車高を上げる)。
- ・霊柩車・寝台車(5台/月)
- ・選挙カー 等(2015年9月8日フィールド・ノーツ)

大阪バネ工業は、車種がわかれば特注のばねを製造できるという。このような対応は、十分なサンプル数を取らなければ正確な製品はできない（Ingle, 1994）。懸架用コイルばねは自動車部品であるので、定められた空間に収まりかつ求められた機能を果たさなければならない。正確な公差を実現するためには、やはり膨大な情報の蓄積が必要であり、かつ大阪バネ工業はその情報を活かした製品カテゴリー設定まで実行してきた。多様な需要は、商社を介さず直接大阪バネ工業にもたらされる。

### 6.3 大阪バネ工業が海外市場で直面する課題と展望

大阪バネ工業は価格競争を避け、ブランド形成を目指している。メイド・イン・ジャパンをブランドの一つの柱として認識している。しかし、各国の市場にはそれぞれ特徴があり、現時点では課題を抱えている。

中南米市場は、価格重視市場と言える。リーマン・ショック後の円高為替相場（1ドル70円台後半）になることで、中南米市場では20～25%の価格上昇が起こった。その間に、東南アジア諸国の製品（韓国・中国・台湾企業製）に顧客が奪われてしまった。日本製品の価格は高いとの認識が、中南米市場では一般化してしまったという。アベノミクス以降の円安水準になってもかつての顧客は回復せず、現在の売上高はアベノミクス以前の75%程度にとどまっている（2015年9月8日フィールド・ノーツ）。

中南米市場における大阪バネ工業の製品と競合国の製品との価格差は、リーマン・ショック後の円高期では3～4割高く、アベノミクス以降の円安期では2～2.5割の価格差となり価格競争力が高まったと捉えているが、それでも価格差が存在する。この価格差をどのように購入者に証明するのかが、大阪バネ工業が直面している課題である。しかし、目に見えて差を示すデータを現在は保有できていない（2015年9月8日フィールド・ノーツ）。

大手のばねメーカーが、進出先国で材料面での情報を伝えており、メイド・イン・ジャパンであることが材質面から差別化できるとは主張できない。現時点における大阪バネ工業（OBKブランド）のストロングポイント

は、これまで購入者に使い続けてこられた実績だと主張している。例えばデリバリ一時に誤った商品が混入していないかなど、商品管理の点においても差別化を図ることを想定している（2015年9月8日フィールド・ノート）。

#### 6.4 中小製造業における間接輸出の意義

中小製造業における直接輸出企業の数と割合は増加しているが、その割合は2011年で中小製造業全体の3%に過ぎない（『中小企業白書2014年版』297頁）。既述の日本政策金融公庫総合研究所（2013）では、直接輸出を行う企業とほぼ同じ割合が間接輸出も行っている。本稿で注目した大阪バネ工業のように、多くの企業が間接輸出と直接輸出を併用していることは十分想定される。日本政策金融公庫総合研究所（2016）が事例研究で取り上げた企業10社のうち7社が併用をしている。

大阪バネ工業が現在実施している直接輸出は、エクアドル経由のアルゼンチン向けとカナダであり、さらに自社Webページの他言語展開を拡充し、インターネット経由での直接輸出の拡大を、緩やかではあるけれど目指している。目標は、売上高の5%である。商社を介在させないので、もちろん直接輸出の利益率は高い。しかし直接輸出を拡大することが、大阪バネ工業の経営全てにプラスに働くというわけではないとの認識を持つ。商社・卸売業者が大阪バネ工業の製品の販売から撤退する可能性があるからだ。

ただね、すべて足し算にならないのが商売の難しいところなんです。

10足す1が11にはならない。10たす1が、はたまた8になる可能性も、7になる可能性もある（2015年9月8日フィールド・ノート）。

大阪バネ工業は、商社が既に外国市場に構築している輸出製品の販売網を活用している。しかし、その活用におけるイニシアチブは大阪バネ工業と商社とのどちらにあると考えればよいだろうか。商社側からすると、自動車懸架用コイルばね以外も輸出品として取り扱っている可能性があり、1つの財

を輸出するのも2つの財を輸出するのもそれほど大きな違いがない、すなわち「範囲の経済」が働いていると想定される（田中，2015，147頁）。商社の取引相手には、大阪バネ工業以外の部品メーカーも複数存在することだろう。

しかし、大阪バネ工業は独自ブランドである「OBK」ブランドを有すると共に、自社ブランド以外の20ブランドに対してOEM製品を提供している。補修部品市場の自動車懸架用コイルばね製造のトップシェア企業の可能性が高い<sup>54)</sup>。

吉原（2015）は、戦後の商社による間接輸出から、製造企業の直接輸出への転換理由について2つあげている。第一は、製造企業の経営力が増強したこと。そして第二は、間接輸出の問題が表面化したことを上げる。間接輸出の問題とは、顧客ニーズの把握困難、市場変動の把握困難、自社独自の販売促進実施困難、アフターサービスの困難をあげている（55頁参照）。戦後、間接輸出から直接輸出へと段階をたどって発展したのは、ブランド製品や高技術力を輸出した企業（家電、自動車、電子部品、ファインケミカルなど）を例示しており（68頁）、大阪バネ工業が扱う自動車懸架用コイルばねは、直接輸出拡大が急速には展開しにくいかもしれない。しかし海外における補修用の懸架用コイルばねの需要は発展途上であり、現時点では大阪バネ工業と商社との間には相互依存関係が成立していると推測できる。

大阪バネ工業の売上上の主要な部分を占めるロシアは、2014年にクリミア半島を実行支配しその後併合した<sup>55)</sup>ことで、米欧諸国から経済制裁を受け、さらに原油安により景気低迷している。大阪バネ工業も、急速な需要減少に見舞われた。例えば、ロシアの一家族のクルマの保有台数が2台所有から1台へと節約志向が広がれば、販売する懸架用コイルばねの需要そのものが半減してしまう。実質、大阪バネのロシア向けの売上は、25～30%低下した。

54) 軽自動車向けカスタム用製品製造の国内シェア40%を有しているという（2015年9月8日フィールド・ノート）。

55) 日本国外務省Webページ 国・地域＞欧州＞ウクライナ 政治体制・内政、参照。

一方、ロシア以外の販売は微増に動いている。ただ、販売数量の伸びに関わらず販売価格帯が低く売上増には寄与していない（2015年9月8日フィールド・ノート）。

このような状況の中で、直接輸出だけで販路を拡大することは大阪パネ工業のような中小製造業にとって、非常に負担が大きいだろう。間接貿易を併用しつつ販路を拡大していくことが、現実的な判断である。より多くの中小製造業が輸出に挑戦するハードルを引き下げることこそが、間接貿易の意義だといえる。

## 7. おわりに一まとめと課題の提示

本稿では、輸出中小企業を重視するという問題意識から、自動車補修部品、中でも優良部品としての懸架用コイルばねを国内のみで製造し間接輸出する中小製造業者の事例を通して、海外需要開拓の現状と商社との関係、当該中小製造業者の強みを明らかにしてきた。特にリバース・エンジニアリングによる技術情報の蓄積が、大きく寄与していることを確認した。

しかし海外市場において当該中小製造業者は、メイド・イン・ジャパンをブランドとして確立し、安定的に海外需要を取り込めるまでには至っていない。海外市場の動向によって、売上の変動も存在することから、商社との相互依存関係である現在の間接輸出の形態は有効であると考えられる。

経済のグローバル化が進展すると企業の国際化が段階的に進むという考え方からすると、本稿で注目した間接輸出の事例は最初期段階となる。しかし、経済成長が緩やかな時期では、かつての線形的な発展の方向性だけではない視点も必要になる。それは、中小製造業者と商社・卸売業者との相互利益が成立する安定した段階の存在だ。このことが、「適切な国際化」（遠原，2012）と言えるのではないか。当該市場が成長の閾値を超えるまで、中小製造業者と商社・卸売業者双方が互いに最適な条件を探り合う状況が維持される。もし現在のような状況下で直接輸出のみに注目することは、全体としてのバランスを崩す可能性を孕むと筆者は考える。

### インプリケーションー構造的視点

大阪バネ工業が立地する東大阪市高井田地区は、都市型産業集積としても注目されてきた。様々な分業が存在し需要が増大するという外部経済が成立するといわれる。福留（2016）は、東大阪市と八尾市との境界付近に立地する二輪自動車レース活動も行う補修部品製造の小規模事業者への実態調査研究を行った。福留（2016）には記載がないが、福留の研究報告から関連企業がかつて集中して立地していたことが示されている<sup>56)</sup>。清水（2016）は、大阪市生野区田島にある石碑からかつてその土地にメガネレンズ製造企業が集中して立地していたことを再発見した。メガネレンズ製造企業の多くが衰退したが、現在でも存続する企業について実態調査研究を行った。都市型産業集積には、多様な需要が存在し、その需要が変化しながらも継続してさらに新たな需要がもたらされてきた。大阪バネ工業も都市型産業集積に立地することで、多様な需要に応えることが可能になり、加工情報の蓄積に繋がったと考えられる。

糸野・首藤（2010）は、都市型産業集積（大都市圏工業集積）である東京都大田区と比較して、東大阪市の事業所数の減少率が小さいことに注目する。東京都大田区が特定加工に特化し生産構造の広域化に伴い集積内の事業所数を減少させるのに対して、東大阪시는自社製品を生産するトップシェア企業といわれる企業が数多く存在していることを指摘する。国内における中小企業が継続して操業を続けるには、「量産品から小ロットへ」という認識があるが、これを再検討することを述べる（135 頁及び注 38 参照）。また、東大阪市を含む大阪の特徴として、商社などの存在も指摘している（138 頁）。渡辺幸男が示す、国内完結型生産構造が広域化していく変化に注目するだけではなく、異なる視点からのアプローチを示しているといえよう。本稿では、間接輸出を行う中小製造業者の実態からの側面を明らかにできたと考えている。

最後に本稿の課題を述べる。本稿は、間接輸出について中小製造業者から

56) 福留義章君も筆者の指導学生である。

実態に迫った。商社側から海外市場開拓における新製品開発や新需要の掘り起こしなどの解明が課題として挙げられる<sup>57)</sup>。また本稿では簡単に触れるにとどまったが、補修部品市場の動向から、関連企業（商社・卸売業者、部品メーカーなど）が輸出に向かわざるをえない状況があると推測できる。補修部品市場の最近の動向について明らかにすることも今後の課題としたい。

## 謝辞

2年にもわたり、調査にご協力頂いた大阪バネ工業株式会社の皆様には心より厚く御礼を申し上げます。ありがとうございました。

補表 日本ばね工業会 会員輸出統計(ぜんまいばね・その他の金属ばね) (1～12月)  
単位:百万円

金額	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
ぜんまいばね	0	0	0	0	0	0	0	0
その他の金属ばね	1,110	238	768	117	1,016	1,623	930	1,509
合計	1,110	238	768	117	1,016	1,623	930	1,509

単位:トン

重量	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
ぜんまいばね	0	0	0	0	0	0	0	0
その他の金属ばね	1,454	410	1,135	1,488	1,593	2,100	956	1,559
合計	1,454	410	1,135	1,488	1,593	2,100	956	1,559

出所)一般社団法人日本ばね工業会,「会員輸出統計表」各版(重量及び金額)から,筆者作成。

<http://www.spring.or.jp/data.php> 2016年10月6日確認。

## 参考文献

- ・アイアールシー (2014)『自動車部品 200品目の生産流通調査 2014年版』2014年8月1日。
- ・青林宣編 (2016)『月刊アフターマーケット (別冊) 2016年版自動車部品・用品マーケット要覧』自動車新聞社。
- ・浅川和宏 (2003)『マネジメント・テキスト グローバル経営入門』日本経済新聞

57) 商社に関する研究を, 中西 (2016) が大阪バネ工業の事例をもとに取り組んでいる。



社。

- ・「ばねの歴史」編纂ワーキンググループ（2012）『ばねの歴史』日本ばね工業会。
- ・中小企業庁編『中小企業白書』各年版。
- ・中小企業基盤整備機構経営支援情報センター（2013）『地域中小企業における国際展開の取組み事例および課題に関する調査研究』中小機構調査研究報告書第5巻第2号（通号21号）。
- ・中小企業金融公庫総合研究所（2006）『中小卸売業における新たな事業展開～連携・協働化戦略の方向性～』中小公庫レポート No. 2005-5。
- ・中小企業総合研究機構編（2013）『日本の中小企業研究 2000-2009 第1巻「成果と課題」』同友館。
- ・『eol 日本の企業 100万社データベース』。
- ・藤井茂（1980）『輸出中小企業』千倉書房。
- ・藤井辰紀（2014）「中小企業の海外投資が国内事業に影響を及ぼすメカニズム」日本中小企業学会編（2014）『アジア大の分業構造と中小企業』同友館，173～185頁。
- ・福留義章（2016）「縮小する日本市場における小規模事業者の現状と課題：二輪車補修部品製造販売業者を事例に」『桃山学院大学学生論集』第31号，23～41頁。
- ・福野礼一郎（2003）『別冊CG 超クルマはかくして作られる』二玄社。
- ・蒲久男（2008）『絵とき「ばね」基礎のきそ』日刊工業新聞社。
- ・浜松翔平（2013）「海外展開が国内拠点に与える触媒の効果—諏訪地域海外展開中小企業の国内競争力強化の一要因—」日本中小企業学会編（2013）『日本産業の再構築と中小企業』同友館，84～96頁。
- ・長谷川信次（1998）『多国籍企業の内部化理論と戦略提携』同文館出版。
- ・飯田一編（2003）『自動車情報事典 大車林』三栄書房。
- ・Ingle, K. A. (1994) *Reverse Engineering*, New York : McGraw-Hill.
- ・伊藤元重（2015）『伊藤元重が語るTPPの真実』日本経済新聞社。
- ・岩井克人（2015）『経済学の宇宙』日本経済新聞出版社。
- ・岩佐真実（2013）「輸出による中小企業の海外展開」『商大ビジネスレビュー』第2巻第2号，1～13頁。
- ・自動車用品小売業協会Webページ「マメ知識」  
[http://www.apara.jp/knowledge/sporty\\_parts/](http://www.apara.jp/knowledge/sporty_parts/) 2016年9月21日確認。
- ・柿沼重志・東田慎平（2016）「中小企業の海外展開の現状と今後の課題—TPPを通じた『新輸出大国』の実現に向けて—」『立法と調査』2016年3月 No. 375，27～37頁。

- ・金子勝・児玉龍彦（2015）『日本病 長期衰退のダイナミクス』岩波新書 1583。
- ・経済産業省経済産業政策局調査統計部編『機械統計年報』2000～2001 年版。
- ・経済産業省経済産業政策局調査統計部編『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計年報』2002～2015 年版。  
[http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/seidou/result/ichiran/08\\_seidou.html#menu4](http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/seidou/result/ichiran/08_seidou.html#menu4) 2016 年 7 月 4 日確認。
- ・経済産業省・厚生労働省・文部科学省編（2015）『ものづくり白書 2015 年版』。
- ・経済産業省製造産業局自動車課（2014）『自動車補修部品産業未来ビジョン』  
<http://www.meti.go.jp/policy/automobile/parts/hosyubuhin.pdf> 2016 年 8 月 16 日確認。
- ・駒形哲哉（2014）「中国企業、中国市場といかに関わるか—日本の中小企業の選択—」日本中小企業学会編（2014）前掲書、3～14 頁。
- ・小峰隆夫（2013）「経済収支赤字が意味するもの」伊藤元重編・財務省財務総合政策研究所編著（2013）『日本の国際競争力 貿易・国際収支の構造的変化がもたらすもの』中央経済社。
- ・桑野博行・首藤聡一郎（2010）「大都市圏工業集積におけるものづくり—東京都大田区および東大阪市周辺企業の企業間ネットワーク—」小川正博・西岡正・北嶋守編著（2010）『現代日本企業のイノベーション①日本企業のものづくり革新』同友館、所収。
- ・倉知善行・安藤雅俊・庄子可那子（2015）「わが国の輸出を取り巻く環境変化：世界貿易量と輸出シェアからのアプローチ」（日銀レビュー 2015-J-6）  
[https://www.boj.or.jp/research/wps\\_rev/rev\\_2015/data/rev15j06.pdf](https://www.boj.or.jp/research/wps_rev/rev_2015/data/rev15j06.pdf) 2016 年 9 月 28 日確認。
- ・葛東昇・藤本隆宏（2005）「疑似オープン・アーキテクチャと技術的ロックイン：中国オートバイ産業の事例から」藤本隆宏・新宅純二郎共編著（2005）『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社。
- ・前田啓一（2014）「直接投資と工業化・中小企業形成—ベトナム北部での動きを中心に—」日本中小企業学会編（2014）前掲書、28～40 頁。
- ・丸山佐和子（2012）「中小企業製品の生産と貿易」『国民経済雑誌』第 206 巻第 6 号、63～78 頁。
- ・水野和夫（2014）「グローバル化の時代、経常赤字は悪だ」（2014 年 3 月 23 日）  
[http://style.nikkei.com/article/DGXNMSFK1903I\\_Z10C14A3000000?channel=DF280120166593&style=1](http://style.nikkei.com/article/DGXNMSFK1903I_Z10C14A3000000?channel=DF280120166593&style=1) 2016 年 7 月 13 日確認。

- ・森岡功（2014）「海外展開しない中小製造業に関する実証研究—電子部品及び輸送用機械製造業に係るテキストマイニング分析—」日本中小企業学会編（2014）前掲書，186～198頁。
- ・内閣府（2016）『平成28年度年次経済財政報告』  
[http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je16/index\\_pdf.html](http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je16/index_pdf.html) 2016年10月6日確認。
- ・中川功一・林正・多田和美・大木清弘（2015）『はじめての国際経営』有斐閣。
- ・中西喜仁（2016）「中小製造業と専門商社の関係性—大阪パネ工業株式会社を事例にして—」『義永忠一ゼミ第12期生卒業論文集 地域経済活性化と中小企業』2016年3月，32～46頁。
- ・中野貴比呂（2005）「日本は「国際収支の発展段階説」における「成熟した債権国」への道を歩むのか」（今週の指標 No.681）2005年12月5日。  
<http://www5.cao.go.jp/keizai3/shihyo/2005/1205/681.html> 2016年7月13日確認。
- ・日本ばね工業会統計表  
<http://www.spring.or.jp/data.php> 2016年10月6日確認。
- ・日本貿易振興機構海外調査部（2016）「2015年度日本企業の海外事業展開に関するアンケート調査（ジェトロ海外ビジネス調査）結果概要」  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_News/releases/2016/749840002ccf19fe/outline\\_201603.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_News/releases/2016/749840002ccf19fe/outline_201603.pdf) 2016年8月26日確認。
- ・日本国外務省Webページ 国・地域＞欧州＞ウクライナ 政治体制・内政。  
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/ukraine/data.html#section2> 2016年4月8日確認。
- ・日本自動車部品工業会「自動車部品出荷動向調査」各年版  
<http://www.japia.or.jp/research/foword.html> 2016年10月7日確認。
- ・『Nikkei Automotive 2015年12月号』76～79頁，「アジアントレンド第15回マンション編：急成長直前の未開拓市場 中古車中心の小規模に変化の兆し」。
- ・『日経ビジネス 2013年5月27日』「ケニア豊田通商“世界初”の中古車店「トヨタ王国」を守る」45～46頁。
- ・『日本経済新聞』各注にて提示。
- ・日本経済新聞社編（2015）『TPPがビジネス，暮らしをこう変える』日本経済新聞社。
- ・『日本の自動車部品工業（2015年版）』自動車部品出版，2015年3月。
- ・日本政策金融公庫総合研究所（2013）『中小企業の輸出動向に関する調査結果（プ

レスリリース)』2013年3月7日

[https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu\\_130307.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu_130307.pdf) 2016年9月26日確認。

- ・日本政策金融公庫総合研究所 (2014)『中小卸売業の生き残り戦略「3P+P」—繊維・衣服等卸売業と機械器具卸売業の事例研究—』日本公庫総研レポート No. 2014-5。
- ・日本政策金融公庫総合研究所 (2016)『輸出への取り組みを契機とした中小企業の変革』日本公庫総研レポート No. 2016-3。
- ・『日本再興戦略2016』  
[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016\\_hombun2.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/2016_hombun2.pdf) 2016年7月28日確認。
- ・野北晴子 (2014)「日本の貿易構造からみる製造企業の動向—ASEAN諸国におけるものづくりと空洞化問題—」『広島経済大学経済研究論集』第37巻第2号, 17~32頁。
- ・大阪バネ工業Webページ。  
<http://www.osakabane.ecnet.jp/products/index.html> 2016年9月21日確認。
- ・大木博巳 (2014)「日本の輸出構造分析(1)数量志向型輸出と価格思考型輸出」『季刊国際貿易と投資』2014年冬号No. 98, 131~145頁。
- ・大木博巳 (2015 a)「日本の輸出構造分析(2)日本の停滞, ドイツの興隆」『季刊国際貿易と投資』2015年春号No. 99, 119~140頁。
- ・大木博巳 (2015 b)「日本の輸出構造分析(3)貿易大国, 中国出現の影響—中国と棲み分けを進める日本の輸出—」『季刊国際貿易と投資』2015年夏号No. 100, 127~149頁。
- ・大阪府立商工経済研究所 (1974)「経研資料 国際化の進展と輸出中小企業の対応」各号。
- ・ルート, F. R. (1984)『海外市場戦略』ホルト・サウンダース・ジャパン。
- ・作山巧 (2015)『日本のTPP交渉参加の真実—その政策過程の解明—』文眞堂。
- ・清响一郎 (2013)「中国・インドの低価格購買に対応する『深層現調化』の実態—自動車産業における中国・インド現地生産の実態調査を踏まえて—」日本中小企業学会編 (2013) 前掲書, 16~28頁。
- ・関智宏 (2013)「中小企業の国際連携をつうじた企業発展のプロセスタイに進出しようとする日本中小企業をケースとして—」日本中小企業学会編 (2013) 同上書, 71~83頁。

- ・関智宏（2015）「中小企業の海外事業展開は産業集積にいかんとして影響をもたらすか—大阪府八尾地域における集積内中小企業のタイ事業展開プロセス—」日本中小企業学会編（2015）『多様化する社会と中小企業の果たす役割』同友館，92～104頁。
- ・清水康平（2016）「衰退産地における残存企業の存立条件—大阪市生野区におけるメガネレンズ企業の事例—」『義永忠一ゼミ第12期生卒業論文集 地域経済活性化と中小企業』2016年3月，18～31頁。
- ・商工総合研究所（2016）『中小卸売業の現状—商業統計調査を中心とした分析—』  
<http://www.shokosoken.or.jp/chousa/youshi/28nen/28-1.pdf> 2016年10月6日確認。
- ・塩野米松（2012）『ネジと人工衛星 世界一の工場町を歩く』文藝春秋。
- ・竹本拓治（2010）「中小・ベンチャー企業の東南アジア進出に関する政策支援について—外資系企業へのタイ政府による政策金融の視点から—」日本中小企業学会編（2010）『中小企業政策の再検討』同友館，115～128頁。
- ・田中鮎夢（2015）『新々貿易理論とは何か—企業の異質性と21世紀の国際経済—』ミネルヴァ書房。
- ・丹下英明（2012）「新興国市場を開拓する中小企業のマーケティング戦略—中国アジア市場を開拓する消費財メーカーを中心に—」日本中小企業学会編（2012）『中小企業のイノベーション』同友館，133～145頁。
- ・遠原智文（2012）「企業の国際化理論と中小企業の国際化戦略」額田春華・山本聡・遠原智文・山本篤民・久保田典男・張又心Barbara（2012）『中小企業の国際化戦略』同友館。
- ・通商産業大臣官房調査統計部編『平成11年—1999—機械統計年報』2000年8月  
[http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/seidou/result/ichiran/08\\_seidou.html#menu4](http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/seidou/result/ichiran/08_seidou.html#menu4) 2016年7月4日確認。
- ・海野福寿（1967）『明治の貿易』塙書房。
- ・渡辺幸男（1997）『日本機械工業の社会的分業構造』有斐閣。
- ・渡辺幸男（2011）『現代日本の産業集積研究』慶應義塾大学出版会。
- ・渡辺幸男（2016）『現代中国産業発展の研究』慶應義塾大学出版会。
- ・山田久（2013）「貿易・収支構造の変化と日本型・投資立国モデル」伊藤編・財務省財務総合政策研究所編著（2013）前掲書，所収。
- ・山藤竜太郎（2014）「海外事業と国内事業の両立可能性—ブーメラン効果に注目して—」日本中小企業学会編（2014）前掲書，199～211頁。

- ・山本聡（2012）「国内中小部品企業における取引関係の国際化」額田・山本・遠原・山本・久保田・張（2012）前掲書，所収。
- ・山本聡・名取隆（2014 a）「国内中小製造業の国際化プロセスにおける国際的企業家志向性（IEO）の形成と役割—海外企業との取引を志向・実現した中小製造業を事例として—」『日本政策金融公庫論集』第23号（2014年5月），61～81頁
- ・山本聡・名取隆（2014 b）「中小製造業の国際化プロセスと国際的企業家志向性，輸出市場志向性，学習志向性：探索的検討と仮説提示」日本ベンチャー学会編『Venture Review』第24巻（2014年9月），43～58頁。
- ・柳川隆（2001）「産業組織論の分析枠組 新産業組織論と構造—行動—成果パラダイム」『神戸大学経済学研究年報』第47巻，125～142頁。
- ・吉原英樹（2015）『国際経営〔第4版〕』有斐閣。
- ・義永忠一（1999）「日本における情報化と下請け分業構造—自動車産業における一時部品メーカーの実例—」日本中小企業学会編（1999）『中小企業21世紀への展望』同友館，143～155頁。
- ・財務省財務総合政策研究所研究部（2012）「『貿易・国際収支の構造的変化と日本経済に関する研究会』—問題意識—」2012年11月15日資料  
[http://www.mof.go.jp/pri/research/conference/zk097/zk097\\_01.pdf](http://www.mof.go.jp/pri/research/conference/zk097/zk097_01.pdf) 2016年10月6日確認。
- ・財務省貿易統計  
<http://www.customs.go.jp/toukei/info/tsdl.htm> 2016年10月6日確認。
- ・財務省 国際収支総括表  
[http://www.mof.go.jp/international\\_policy/reference/balance\\_of\\_payments/data.htm](http://www.mof.go.jp/international_policy/reference/balance_of_payments/data.htm) 2016年7月13日確認。
- ・『2016 帝国データバンク会社年鑑第96版』2015年10月発行。

（よしなが・ただかず／経済学部准教授／2016年10月7日受理）

## Current Status and Issues of Indirect Exporting by Japanese Manufacturing SMEs in the “Abenomics” Era: A Case Study of Automotive Replacement Parts (Suspension Coil Springs)

YOSHINAGA Tadakazu

This paper aims to explore the significance of indirect exporting of Japanese SME manufacturers in the “Abenomics” era, a period that has continued since Prime Minister Abe introduced his government’s new economic policies in December 2012.

Focusing on SMEs, this study adopts a structural perspective on SMEs. As a style of survey research, qualitative methods were employed.

The four purposes of this study were to (1)examine cases of indirect exporting by SMEs, (2)provide a statistical analysis of indirect exporting, (3) provide theoretical arguments regarding successful indirect exporting using actual cases,and (4)provide insight into the significance of indirect exporting.

This paper concludes that indirect exporting, which involves mutual dependency between the SME and the export trading company, is an effective form of exporting for SMEs in a case where the market for the product that the manufacturer is selling is still small or its growth rate is unstable, since SMEs need to develop overseas distribution channels while maintaining a stable business performance.

It was found that, as a key factor contributing to the creation of a mutually dependent relationship with the export trading company, the SME focused on in this study performed reverse engineering, employing a large amount of processing knowhow that the manufacturing company had accumulated. As a condition that made possible the accumulation of such a

large amount of processing knowhow, this paper points out the existence of the external economy in the urban industrial cluster where the manufacturer is located.